

Bibliografía española de comunicación social 1988

IBERCOMNET

Centro de Documentación de la Comunicación Social.

La presente Bibliografía Española de la Comunicación Social recoge, mediante asiento bibliográfico, abstract y descriptores del Thesaurus de la Comunicación de Masas de la UNESCO y del Thesaurus español de la Comunicación Social, los libros, artículos y otros materiales publicados en España por autores españoles o extranjeros en español o en las lenguas de las distintas Comunidades Autónomas durante 1988. Esta Bibliografía puede consultarse a través de los Puntos de Información Cultura (PIC) del Ministerio de Cultura, en su Base de Datos BIES y, asimismo, se encuentra disponible en diskette o en copia dura en el Centro de Documentación IBERCOMNET.

Para cualquier consulta sobre la Bibliografía dirigirse a:

IBERCOMNET

Centro de Documentación de la Comunicación Social. Dept. de Periodismo III. Area de Documentación. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. 28040 MADRID. Teléfono 582 22 06. Fax 582 21 76 - 582 21 69.

1 GAMELLA, Manuel

Nuevas formas de promoción en la industria española.

Madrid: Fundesco, 1988. -- (Estudios y documentos).

Partiendo de una encuesta encargada por Fundesco y realizada a los agentes sociales que en España están potencialmente implicados en el desarrollo de los parques tecnológicos se aporta un análisis detallado de la naturaleza y características de estos parques.

PARQUE TECNOLÓGICO, NUEVA TECNOLOGÍA, SOCIEDAD, EMPRESA, INDUSTRIA, ESPAÑA, PROMOCION, MARKETING

2 FRANQUET, Rosa

Historia de la radiodifusión a Catalunya : Del naixement al franquisme.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 42 p. -- Tesis

HISTORIA, RADIO, CATALUÑA, FRANQUISMO

3 ROMEO CASABONA, Carlos M^o

Poder informático y seguridad jurídica

Madrid: Fundesco, 1988. -- 192 p.

El importante auge de la informática frente al Derecho, en una sociedad democrática

INFORMATICA, LEGISLACION, DEMOCRACIA

4 FONTCUBERTA, Mar

La Ginocrítica

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 386 p. -- Tesis

GINOCRITICA, MUJER, MEDIO INFORMATIVO

5 ALBERO ANDRES, Magda

The Use of the agency for instructional television, production, and evaluation of the series give and take.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1985. -- 32 p. -- Tesis

TELEVISION, EDUCACION, PRODUCCION, BIBLIOGRAFIA

6 COLL VINENT, Robert

Información y poder: El futuro de las Bases de Datos Documentales.

Barcelona: Herder, 1988. -- 296 p.

ISBN 84-254-1624-8 Estudio del presente y el futuro de las Bases de Datos como eficaces centros de poder que mueven importantes cantidades de información. Se analizan algunos ejemplos de Bases de Datos.

BASE DE DATOS, DOCUMENTACION, TECNOLOGIA, PODER, INFORMATICA

7 IGLESIAS, Francisco; VERDEJA, Sam

Marketing y Gestión de Periódicos

Pamplona: EUNSA, 1988. -- 248 p.

Estudio y propuestas de planes de comercialización de la prensa diaria.

PRENSA, GESTION, COMERCIALIZACION

8 SATUE, Enric

El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días.

Madrid: Alianza Forma, 1988. -- 500 p.

Historia del grafismo a través de sus especialidades: edición, publicidad e identidad.

HISTORIA, DISEÑO, GRAFISMO, EDICION, PUBLICIDAD

9 GONZALEZ REQUENA, Jesus

El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad.

Madrid: Cátedra, 1988. -- 167 p.

Definición y caracterización del Discurso televisivo, con una detallada explicación de sus efectos como hecho comunicativo.

TELEVISION, LENGUAJE, COMUNICACION, EFECTOS

10 ALSIUS, Salvador

Les Teories matemàtiques de la comunicació humana.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 203 p. -- Tesis

TEORIA, COMUNICACION HUMANA, MATEMATICA

11 BAGET HERMS, Josep Maria

El Dramático documental: un nuevo género televisivo.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1977. -- 233 p. -- Tesis

TELEVISION, DRAMATICO, DOCUMENTAL, GENERO

12 BALSEBRE TORROJA, Armand

El lenguaje radiofónico.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 171p. -- Tesis

RADIO, LENGUAJE

13 BARCON, Joan

"El Correo Catalán" i la qüestió religiosa durant la II República (1931-1936).

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1977. -- 198p. -- Tesis

EL CORREO CATALAN, RELIGION, II REPUBLICA, ESPAÑA, HISTORIA, PERIODISMO

14 BARNILS, Ramon

La Contracultura en acció: "Ajoblanco"

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 108 p. -- Tesis

CONTRACULTURA, "AJOBLANCO"

15 BASSETS, Lluís

Pathologies semiotiques: sobre el lloc de la semiotica en el saber i en la pràctica de la societat de masses.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 147 p. -- Tesis

SEMIOTICA, SOCIEDAD DE MASAS

16 BATALLA, Xavier

Tecnología de la prensa escrita de Barcelona (1979)

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 196 p. -- Tesis

BARCELONA, PRENSA, NUEVAS TECNOLOGIAS

17 BERRIO, JORDI

Teoría de la persuasión.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Lletres, 1981. -- 357 p. -- Tesis

TEORIA, PERSUASION

18 BLANCO, Juan Manuel

Diario de Barcelona: de la crisis a la ¿autogestión?

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 229 p. -- Tesis

"DIARIO DE BARCELONA", GESTION, FINANCIACION, PRENSA, BARCELONA

19 BRACIER FINCH, Eduardo

Hacia una humanización de la publicidad: una visión del problema de la comunicación deshumanizada, su proceso y algunas posibles soluciones.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1978. -- 125 p. -- Tesis

PUBLICIDAD, COMUNICACION, PROCESO

20 BUSQUETS I GRABULOSA, Lluís

Los mensajes de los Mass-Media: un nuevo lenguaje (aportación metodológica para una didáctica escolar).

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1976. -- 167 p. -- Tesis

COMUNICACION, LENGUAJE, EDUCACION, MENSAJE, METODOLOGIA, ESCUELA, MEDIOS INFORMATIVOS

21 CAMPO VIDAL, Manuel

Los efectos políticos del terrorismo en la transición española: (Circuitos de información en el atentado a Carrero Blanco).

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 131 p. -- Tesis

TERRORISMO, TRANSICION, ESPAÑA, MEDIOS INFORMATIVOS, EFECTO, POLITICA, FRANQUISMO, CARRERO BLANCO

22 CARBO PERSEGUER, Enrique

El periodismo gráfico en las publicaciones no periódicas del fondo bibliográfico de la Biblioteca de l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1985. -- Tesis

FOTOGRAFIA, PRENSA, FOTOTECA, CATALUÑA

23 CARRASCAL TRIOLA, Anna Maria

Aproximación interdisciplinaria a la imagen visual.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 182 p. -- Tesis

COMUNICACION VISUAL, TEORIA, IMAGEN

24 CASASUS, Josep Maria

Factores que intervienen en l'aplicació i desenvolupament d'un model de diari.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 140 p. -- Tesis

PRENSA, TEORIA, MODELO, DIARIO

25 CASASUS, Josep Maria

La teoría dels gèneres periodístics informatius i dels gèneres periodístics interpretatius en l'obra de Josep Pla.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1985. -- 753 p. -- Tesis

GENERO, PERIODISMO, INFORMACION, OPINION, INTERPRETACION, PLA, JOSEP

26 CASES I PALLARES, Antoni

Noves tecnologies i publicació petita.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 135 p. -- Tesis

NUEVAS TECNOLOGIAS, PRENSA

27 COLOME I GARCIA, Gabriel

El Sistema polític com a xarxa de comunicació: Els mecanismes receptors de les entrades en l'anàlisi sistemica de David Easton.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 158 p. -- Tesis

POLITICA, COMUNICACION, RECEPCION, ANALISIS SISTEMICO, EASTON, DAVID

28 CORBELLA, Joan Maria

Desenvolupament socio-economic i equipament de mitjans de comunicació a Catalunya: anàlisi de les relacions existents a l'inici de la dècada dels 80.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1985. -- 271 p. -- Tesis

ECONOMIA, MEDIOS INFORMATIVOS, CATALUÑA, 1980, EQUIPAMIENTO

29 COSTA, Pere Oriol

Crisis y perspectivas de los sistemas públicos de televisión en la Europa Occidental.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 583 p. -- Tesis

TELEVISION PUBLICA, EUROPA OCCIDENTAL

30 DALMASES, Pablo Ignacio de

Introducción al estudio de la prensa macrosindicalista: El periódico "Solidaridad Obrera" de Barcelona en sus inicios (1907-1920).

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 365 p. -- Tesis

PRENSA, SINDICATO, "SOLIDARIDAD OBRERA", HISTORIA, BARCELONA

31 DELCLOS, Tomàs

La metàfora y el cine.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 108 p. -- Tesis

CINE, LENGUAJE, NARRATIVA

32 DOMINGUEZ, Alejandra

Estética, espacio y perspectiva en la fotografía de prensa.

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 192 p. -- Tesis

FOTOGRAFIA, PRENSA, ESTETICA, PERSPECTIVA, ESPACIO

- 33 DURAN VENTURA, Esteban
Programas dramáticos de televisión con público.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1980. -- 104 p. -- Tesis
TELEVISION, TEATRO, AUDIENCIA, PLATO
- 34 ENFEDAQUE MORA, Isidro
Palabra e imagen: en el tratamiento informativo-pedagógico de las audiencias jóvenes.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 224 p. -- Tesis
EDUCACION, INFORMACION, JUVENTUD, AUDIENCIA, PALABRA, IMAGEN, TELEVISION
- 35 ERVITI, Jose Luis
Política cultural y represión editorial durante la ley de prensa (1966-1976).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1976. -- 208 p. -- Tesis
POLITICA, CULTURA, ESPAÑA, LEY DE PRENSA, 1966, CENSURA, INFORMACION
- 36 ESTEBAN SANTOS, Juan Carlos
Comunicación social, semiótica y poder. Aportaciones epistemológicas para la construcción de un método de estudio de la Historia de la Comunicación Social.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1982. -- 286 p. -- Tesis
HISTORIA, TEORIA, COMUNICACION SOCIAL, EPISTEMIOLOGIA, METODOLOGIA, SEMIOTICA
- 37 GUTIERREZ LATORRE, Francisco
Los cuarenta años de periodismo de "Solidaridad Nacional" (1939-1979).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1986. -- 1184 p. -- Tesis
"SOLIDARIDAD NACIONAL", PRENSA, HISTORIA, CATALUÑA
- 38 FABRE FORNAGUERA, Jaume
La població barcelonina de 1939 a través de la Vanguardia Española.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 226 p. -- Tesis
"LA VANGUARDIA", 1939, BARCELONA, POBLACION, ANALISIS DE CONTENIDO, PRENSA, GUERRA CIVIL, HISTORIA
- 39 FAULI, Josep
"Tele-estel" (1966-1970). Un restabliment frustrat de la premsa en català.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1980. -- 155 p. -- Tesis
PRENSA, CATALAN, "TELÉ-ESTEL", FRANQUISMO, CATALUÑA, HISTORIA
- 40 FECE GOMEZ, Jose Luis
La Impresión de realidad en el cine.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1983. -- 105 p. -- Tesis
CINE, REALIDAD
- 41 FERNANDEZ DE CASTRO, Javier
Censura: represión y dirigismo en los medios de comunicación social de la España contemporánea.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 142 p. -- Tesis
MEDIOS INFORMATIVOS, ESPAÑA, CENSURA, REPRESION, CONTROL
- 42 FONT, Domenec
Sobre la representación: el sistema figurativo desde el Renacimiento.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1982. -- 126 p. -- Tesis
REPRESENTACION, SISTEMA FIGURATIVO, RENACIMIENTO, SIMBOLOGIA
- 43 FONTCUBERTA, Mar
Comunicacion y alternativas.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 189 p. -- Tesis
MEDIO INFORMATIVO, PRENSA ALTERNATIVA
- 44 MORA GARCIA, Juan Manuel
Concentración informativa en España: Prensa diaria.
Pamplona: Universidad de Navarra, 1988. -- 837 p. -- Tesis
PRENSA, CONCENTRACION, DIFUSION, DIARIO, ESPAÑA, EVOLUCION, COMUNIDAD AUTONOMA, PROPIEDAD, EMPRESA PERIODISTICA
- 45 BONAL FALGAS, Raimon
La radiofonia en un context comarca: la comunicació a la comarca de l'Alt Empordà.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, (s.a.) -- 86 p. -- Tesis
RADIO LOCAL, AMPURDAN, CATALUÑA
- 46 FRANQUET, Rosa
Naixement de la radiodifusió a Catalunya (1923-1930).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Lletres, 1982. -- 180 p. -- Tesis
RADIO, CATALUÑA, HISTORIA, DICTADURA, PRIMO DE RIVERA
- 47 FUENTES PUJOL, Maria Eulalia
Análisis documental publicitari d'una campanya electoral.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1987 4 vol. -- Tesis
CAMPAÑA ELECTORAL, PUBLICIDAD, DOCUMENTACION, PRENSA, CATALUÑA
- 48 FUENTES PUJOL, Maria Eulalia
Diari de Barcelona: realitat i propostes per a un millor tractament documental.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 666 p. -- Tesis
CENTRO DE DOCUMENTACION, DIARIO, BARCELONA, ANALISIS DOCUMENTAL
- 49 GADEA VILARRUBIAS, José
La crítica cultural en los medios de comunicación.

- Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1976. -- 453 p. -- Tesis
CULTURA, CRITICA, MEDIOS INFORMATIVOS
- 50 GALLEGU AYALA, Juana
En busca del cómic de autor.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1982. -- 122 p. -- Tesis
COMIC, AUTOR
- 51 GARCIA ALTADILL, Elisabet
Los servicios informativos diarios de televisión: Teoría, práctica y análisis.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1982. -- 198 p. -- Tesis
TELEVISION, TELEDIARIO, TEORIA, ANALISIS
- 52 GARRIDO LLORT, Albert
Tipología básica de periódicos: introducción al estudio de los modelos de prensa.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1981. -- 120 p. -- Tesis
TIPOLOGIA, MODELO, PRENSA
- 53 GASCON MARTIN, Felip
La música, rito iniciático en la cultura de masas.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1985. -- 200 p. -- Tesis
MUSICA, CULTURA, SOCIEDAD DE MASAS
- 54 GIFREU, Josep
Aproximació al sistema de comunicació massiva de l'URSS.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1979. -- 178 p. -- Tesis
COMUNICACION SOCIAL, URSS, COMUNISMO, MARXISMO-LENINISMO
- 55 GIFREU, Josep
Estructura i polítiques de la comunicació a Catalunya, 1970-1980 (Premsa, radio, televisió i cinema).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982 3 vol. -- Tesis
COMUNICACION, CATALUÑA, PRENSA, RADIO, TELEVISION, CINE, POLITICA, ESTRUCTURA
- 56 GIRALT MIRACLE, Daniel
El cartel en la cultura contemporánea. Análisis de su evolución, de sus medios y de su retórica.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 187 p. -- Tesis
CARTEL, LENGUAJE, RETORICA, CULTURA
- 57 GUBERN, Roman
Régimen jurídico y función política de la censura cinematográfica bajo el franquismo.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Dret, 1980. -- 29 p. -- Tesis
LEGISLACION, CENSURA, CINE, FRANQUISMO
- 58 GUTIERREZ GARCIA, Maria E.
Los programas infantiles en la radio y televisión.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1987. -- 643 p. -- Tesis
INFANCIA, RADIO, TELEVISION, PROGRAMACION
- 59 GUTIERREZ GARCIA, Maria E.
La radio y el público infantil: Análisis de un programa radiofónico infantil.
Bellaterra. Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 268 p. -- Tesis
INFANCIA, RADIO, PROGRAMACION
- 60 GUZMAN, Manuel de
Profesiograma del periodista: (Datos y bases para su formulación).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 213 p. -- Tesis
PERIODISTA, PROFESION
- 61 HERREROS ARCONADA, Mario
Las formas publicitarias de la propaganda electoral en Barcelona: 1977/80.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982 3 vol. -- Tesis
ELECCIONES, PUBLICIDAD, PROPAGANDA, BARCELONA
- 62 LACALLE ZALDUENDO, Maria Rosario
La citación en la imagen, un modelo: Spielberg.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1986. -- 169 p. -- Tesis
CINE, LENGUAJE, SPIELBERG, STEVEN, IMAGEN
- 63 LEDO ANDION, Margarita
Prensa e galerismo. Da prensa galega do XIX do primeiro periodico nacionalista: 20 años de "A Nosa Terra" (1916-1936).
Bellaterra: Universitat autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1981. -- 188 p. -- Tesis
PRENSA, GALICIA, NACIONALISMO, "A NOSA TERRA", HISTORIA, SIGLO XIX
- 64 LOPEZ GONZALEZ, Carlos María
El "Homo Macluhanianus": El concepto del hombre, a partir de una nueva teoría de los medios.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1976. -- 126 p. -- Tesis
TEORIA DE LA COMUNICACION, MACLUHAN, MASS MEDIA
- 65 LOPEZ LOPEZ, Manuel
La prensa de barrios en Barcelona, del año 1968 al 1977.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 213 p. -- Tesis
PRENSA, BARRIO, BARCELONA, FRANQUISMO
- 66 MARTIN OTTO, Enric
Comunicación social, historia, poder...(hipótesis para una teoría crítica de la historia de la comunicación social).

- Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Faculta de Ciències de la Informació, 1979. -- 128 p. -- Tesis
HISTORIA, COMUNICACION, TEORIA, PODER
- 67 MARTI MARTI, Josep Maria
La radiodifusió comarcal catalana. Anàlisi d'una realitat comunicativa.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 180 p. -- Tesis
RADIO, COMARCA, CATALUÑA
- 68 MIRANDA ESTER, Jose Carlos
Historia de los medios de comunicación en Lérida.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1978. -- 177 p. -- Tesis
MEDIO INFORMATIVO, HISTORIA, LERIDA, CATALUÑA
- 69 MONTERO SANCHEZ, María Dolores
Perfil de las instituciones y roles sociopolíticos en "Cambio 16". Estudios sobre los medios de comunicación en la transición política española, 1975-1985 Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1987. -- 796 p. -- Tesis
"CAMBIO 16", MEDIO INFORMATIVO, TRANSICION, ESPAÑA, SOCIEDAD, POLITICA
- 70 MORAGAS SPA, Miquel de
Perspectiva semiótica de la comunicació de masses.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la informació, 1974. -- 674 p. -- Tesis
SEMIOTICA, COMUNICACION SOCIAL
- 71 MORALES RUIZ, Juan José
La imprenta y los periódicos en Menorca.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 480 p. -- Tesis
PRENSA, IMPRENTA, MENORCA
- 72 MORENO SARDA, Amparo
Las raíces históricas de la problemática actual de la comunicación social. Elementos para una Historia de la comunicación social no-androcéntrica.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Filosofia i lletres, 1984. -- 2 vol. -- Tesis
COMUNICACION SOCIAL, HISTORIA
- 73 MURCIANO, Marcial
Comunicación de masas, desarrollo y dependencia. Economía, sociología y política y la investigación de la comunicación masiva en América Latina.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 233 p. -- Tesis
COMUNICACION SOCIAL, ECONOMIA, SOCIOLOGIA, POLITICA, LATINOAMERICA, INVESTIGACION
- 74 NEGRE RIGOL, Jordi
La política informativa dels Ajuntaments democràtics: L'experiència dels gabinets municipals de mitjans de comunicació.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 147 p. -- Tesis
POLITICA, INFORMACION, AYUNTAMIENTO, MEDIO INFORMATIVO
- 75 ORTA SAGALES, Josep
La premsa de Barcelona en les eleccions de l'u de març
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 187 p. -- Tesis
PRENSA, BARCELONA, ELECCIONES
- 76 PARES MAICAS, Manuel
Prensa i regionalisme (1966-1973): La Premsa, un instrument de l'educació permanent d'adults
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Dret, 1980. -- 3 vol. -- Tesis
PRENSA, NACIONALISMO, REGIONALISMO, EDUCACION, ADULTO
- 77 PEREIRA GARZA, Manuel
El servicio municipal de noticias radiofónico "El Parte", 1983-1984: un modelo innovador en el periodismo radiofónico español.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 191 p. -- Tesis
RADIO, ESPAÑA, "EL PARTE", AYUNTAMIENTO, INFORMACION
- 78 PEREZ MESTRE, Juan Carlos
Lenguaje escrito y realidad en el periodismo contemporáneo.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 243 p. -- Tesis
PERIODISMO, LENGUAJE, REALIDAD
- 79 PEREZ TORNERO, Jose Manuel
Discusión de un modelo semiótico publicitario.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1977. -- 166 p. -- Tesis
PUBLICIDAD, SEMIOTICA, MODELO
- 80 PEREZ TORNERO, Jose Manuel
La persuasión publicitaria: Elementos para un análisis discursivo de la publicidad.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de ciències de la Informació, 1982 3 vol. -- Tesis
PUBLICIDAD, PERSUASION, ANALISIS DEL DISCURSO
- 81 PRADO, Emili
Les radios lliures: evolució històrica a Europa: aportacions alternatives a l'esquema comunicatiu clàssic.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 27 p. -- Tesis
RADIO LIBRE, EUROPA, HISTORIA
- 82 PRADO, Emili
Las radios libres en Italia: Del esplendor a la crisis.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 308 p. -- Tesis
RADIO LIBRE, ITALIA

83 QUESADA, Montse

Para una teoría de la entrevista como género periodístico.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 290 p. -- Tesis
ENTREVISTA, GENERO PERIODISTICO, TEORIA

84 QUESADA, Montse

El periodismo de investigación en España.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1986 3 vol. -- Tesis
PERIODISMO, INVESTIGACION, ESPAÑA

85 RABAT OLIVA, Montserrat

Bibliografía cinematográfica espanyola. (1966-1977): (D'autors espanyols).
Barcelona: Escola de Bibliologia de Barcelona, 1978. . -- 127 p. -- Tesis
BIBLIOGRAFIA, CINE, ESPAÑA

86 RECODER SECLARES, Maria José

Revista "¡Hola!"(1944-1979): (Testimoni d'una historia, política i cultura).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 363 p. -- Tesis
HISTORIA, "¡HOLA!", REVISTA, PRENSA DEL CORAZON

87 RIVA AMELLA, Jose luis

La prensa en la escuela.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 108 p. -- Tesis
PRENSA, EDUCACION, ESCUELA

88 RODRIGO ALSINA, Miquel

Introducción al estudio semiótico de la radio.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 194 p. -- Tesis
SEMIOTICA, RADIO

89 RODRIGO ALSINA, Miquel

Terrorismo y mass media: El discurso periodístico sobre el terrorismo en cuatro diarios españoles.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1986 2 vol. -- Tesis
TERRORISMO, PRENSA, INFORMACION, ESPAÑA

90 RODRIGUEZ BRAVO, Angel Andrés

La voz en la radio: manipulaciones y técnicas de expresión.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 244 p. -- Tesis
RADIO, LENGUAJE, MANIPULACION, EXPRESION, LOCUCION, TECNICA

91 ROSES VILA, Montserrat

El cine de Win Wenders y Margerethe von Trotta en el contexto del nuevo cine alemán.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 171 p. -- Tesis
CINE, ALEMANIA, WENDERS, Win, VON TROTTA, Margerethe

92 RUIZ COLLANTES, Francesc Xavier

El kitsch en los medios. Apuntes para una crítica socioestética de la comunicación de masas.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 204 p. -- Tesis
MEDIO INFORMATIVO, COMUNICACION, KITSCH, ESTETICA

93 RUIZ COLLANTES, Francesc Xavier

Semiótica del humorismo y la comicidad en la imaginaria periodística.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Faculta de Ciències de la Informació, 1986 2 vol. -- Tesis
HUMOR, PERIODISMO, SEMIOTICA

94 SALA NOGUER, Ramón

Hechos cinematográficos internacionales en relación a la guerra civil española, 1936-1939.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 133 p. -- Tesis
CINE, GUERRA CIVIL, ESPAÑA

95 SANTAINES CIRES, Antonio

La comunicación masa-lider en el planeta de los toros.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1977. . -- 114 p. -- Tesis
COMUNICACION SOCIAL, TOROS, LIDER

96 SANZ CARRASCO, Roberto

Los medios de comunicación social en EGB.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 217 p. -- Tesis
MEDIO INFORMATIVO, INFANCIA, EDUCACION, EGB

97 SAPERAS, Enric

Introducción a la práctica del análisis semiótico del Discurso peiodístico.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 369 p. -- Tesis
SEMIOTICA, PERIODISMO, LENGUAJE, ANALISIS DEL DISCURSO

98 SAPERAS, Enric

Prognosi per una nova definició de la Teoria de la comunicació. Crisi de la "mass communication research" i aplicacions de la comunicació.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1983. -- 592 p. -- Tesis
TEORIA DE LA COMUNICACION, CONCEPTO

99 SCHRAFF, Sergi

Informació i imatge: la informació per mitjà de documents visuals (estatics i dinamics) i audiovisuals.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 204 p. -- Tesis
INFORMACION, COMUNICACION AUDIVISUAL, IMAGEN

- 100 SECANELLA, Petra Maria
La cobertura periodística de las elecciones presidenciales norteamericanas (1976).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 429 p. -- Tesis
PERIODISMO, ELECCIONES, USA, 1976
- 101 SECANELLA, Petra Maria
Prensa y elecciones presidenciales en Estados Unidos (1976).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 133 p. -- Tesis
PRENSA, ELECCIONES, USA, 1976
- 102 SIMON HURTADO, Roberto
La información en la nueva democracia española.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 225 p. -- Tesis
INFORMACION, DEMOCRACIA, ESPAÑA
- 103 SINOVA, Justino
La información y el Estado.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1985. -- 217 p. -- Tesis
INFORMACION, ESTADO, POLITICA
- 104 TEJADA PALACIOS, Luis
Bases para la formulación de una política participativa en TV en Colombia.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 261 p. -- Tesis
TELEVISION, COLOMBIA, PARTICIPACION
- 105 TOBARRA ARIAS, Sebastian
El Discurso periodístico sobre Navarra/Euskadi: análisis de contenido y semántico.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1986. -- 157 p. -- Tesis
PERIODISMO, LENGUAJE, NAVARRA, PAIS VASCO, DISCURSO
- 106 TRESSERRAS GAJU, Joan Manuel
Per una historia de la comunicació social a Catalunya. (Reflexions sobre l'objecte d'estudi, la metodologia, la periodificació i la documentació).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 154 p. -- Tesis
HISTORIA, COMUNICACION SOCIAL, CATALUÑA
- 107 TUÑON SAN MARTIN, Amparo
Lenguaje periodístico en el área cultural.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 204 p. -- Tesis
LENGUAJE, PERIODISMO, CULTURA
- 108 VALERA CASES, Augusto
La música en la información.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1984. -- 303 p. -- Tesis
MUSICA, INFORMACION
- 109 VALLS, Josep Francesc
Prensa y burguesía en el siglo XIX español.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 266 p. -- Tesis
PRENSA, BURGUESIA, ESPAÑA, SIGLO XIX, HISTORIA
- 110 VELAZQUEZ, Teresa
El Discurso televisivo desde la perspectiva de la lingüística textual: un caso concreto: la entrevista.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 244 p. -- Tesis
LENGUAJE, TELEVISION, ENTREVISTA, TEXTO, DISCURSO
- 111 VENTURA DRETS, M. D.
Ensayo para determinar la influencia de la publicidad en el consumo.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1979. -- 151 p. -- Tesis
PUBLICIDAD, CONSUMO, INFLUENCIA
- 112 VILADOT PRESAS, Albert
Historia del nacionalisme català i de la seu premsa clandestina en la postguerra.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1986. -- 157 p. -- Tesis
NACIONALISMO, PRENSA CLANDESTINA, CATALUÑA, HISTORIA, POSTGUERRA, ESPAÑA
- 113 VILCHES, Lorenzo
La lectura de la imagen.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982 2 vol. -- Tesis
IMAGEN, LENGUAJE, LECTURA, ITERPRETACION
- 114 VILLAGRASA SEBASTIAN, Jose Maria
Funciones y proceso de la comunicación cinematográfica: el lenguaje fílmico.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1982. -- 191 p. -- Tesis
CINE, LENGUAJE, COMUNICACION
- 115 VOLTES BOU, Pere
Vida y obra de Don Ramón Godó, primer Conde de Godó.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1980. -- 343 p. -- Tesis
GODO, Ramón, BIOGRAFIA, PRENSA, BARCELONA, "LA VANGUARDIA"
- 116 XIFRA HERAS, Jordi
La información y el control parlamentario del Gobierno.
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1981. -- 108 p. -- Tesis
INFORMACION, PARLAMENTO, GOBIERNO, CONTROL
- 117 MONTERO SANCHEZ, Maria Dolores
Conocimiento y comunicación de masas. Ideologías, sentido común y construcción social de la realidad.

- (Perspectivas de la sociología del conocimiento y sociosemiótica).
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació.
— Tesis
COMUNICACION SOCIAL, SOCIOLOGIA, CONOCIMIENTO, SEMIOTICA, IDEOLOGIA, REALIDAD
- 118 ROMANO, Vicente
El Plan Nacional de Investigación y la Comunicación Social.
En: C.IN.CO. -- n.1 (1988) ; p.35-36.
Crítica al Plan Nacional de Investigación basada en la falta de coordinación de los programas y en la ausencia de actuaciones en cuestiones culturales y sociales y en comunicación.
COMUNICACION SOCIAL, INVESTIGACION, PLAN NACIONAL DE INVESTIGACION, ESPAÑA, ESTADO
- 119 Anuario de la Industria Electrónica en España 1988 / "Electrónica hoy"
Madrid : VNU Business, 1989 Edición bilingüe castellano-inglés
Análisis riguroso y completo de la Industria electrónica: Tecnología, comercio exterior, mercado, inversiones, evolución y perspectivas del sector.
ELECTRONICA, TELECOMUNICACIONES, RADIO-DIFUSION, INDUSTRIA, ESPAÑA, MERCADO, NUEVAS TECNOLOGIAS
- 120 MORAGAS SPA, Miquel de
Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: Indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual
En: C.IN.CO. -- n.1 (junio 1988) ; p.11-19 Informe sobre la investigación relativa a la moderna transformación del sistema comunicativo, a los problemas económicos, políticos y sociales que configuran las políticas de comunicación y la actividad de los protagonistas de la investigación: Universidad, Administración, Entes públicos de televisión, empresas privadas del sector y Telefónica.
COMUNICACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, INVESTIGACION, ESPAÑA
- 121 Perfil profesional dels periodistes catalans
En: Annals del Periodisme Català. -- n. 13 (septiembre 1988) ; p.18-35 Retrato profesional de 1300 periodistas colegiados en Cataluña: Ubicación geográfica, edad, medio informativo, acceso a la profesión, contrato, ingresos y tipología profesional.
PRENSA, RADIO, TELEVISION, CATALUÑA, PERIODISTA, PROFESION, MEDIO INFORMATIVO
- 122 Dossier Especial Publicidad
En: La Luna de Madrid. -- n. 49 (septiembre-noviembre 1988) ; 50 p.
Se analiza la publicidad en radio, la producción publicitaria española, las bandas sonoras y las agencias a partir de la consideración de la publicidad como medio de comunicación.
PUBLICIDAD, RADIO, MUSICA, AGENCIA, ESPAÑA
- 123 Suplemento Punto de Encuentro 1988: Comunicación Audiovisual Iberoamericana.
Madrid: Cinevideo 20, 1988. -- 68 p.
Directorio de la producción audiovisual: Productoras, servicios, proveedores, distribuidoras, formación, asociaciones, entidades y certámenes en España y Latinoamérica.
MEDIO AUDIOVISUAL, PRODUCCION, DISTRIBUCION, DIRECTORIO, ESPAÑA, AMERICA LATINA
- 124 ALONSO ERAUSQUIN, Manuel
Una imagen vale más que mil palabras
En: Fundesco. -- n. 79 (marzo 1988) ; p.7-8 Estudio de la configuración gráfica de las páginas de un periódico revisando sus elementos visuales y la interacción entre el lector y el periódico.
PERIODICO, DISEÑO, IMAGEN, FOTOGRAFIA, ILUSTRACION, LECTURA, PERCEPCION VISUAL
- 125 YAGUE, Antonio M.
Entrevista
En: Fundesco. -- n.79 (Marzo, 1988) ; p.5-6 Entrevista con Luis Miguel Martínez, director del Programa Prensa-Escuela del MEC, donde se plantean los objetivos y posibilidades del programa y el balance de lo ya realizado.
PRENSA, EDUCACION, ESCUELA, ESPAÑA
- 126 SARRAMONA, Jaime
Posibilidades presentes y futuras para la introducción de los ordenadores en la educación
En: Fundesco. -- n.77 (Enero, 1988) ; p.7-8 Comentario sobre la actitud del profesorado y las posibilidades de uso de ordenadores en la educación básica.
NUEVAS TECNOLOGIAS, EDUCACION, PEDAGOGIA.
- 127 VIOQUE LOZANO, Juan
La incorporación de los periódicos a la escuela
En: Fundesco. -- n.79 (Marzo, 1988) ; p.12-14 El autor nos habla del proyecto de prensa en la escuela. El fin último es formar ciudadanos con capacidad para estar bien informados, con capacidad crítica para escoger una buena información.
ESCUELA, PRENSA, EDUCACION.
- 128 Tecnologías de la información y la formación ocupacional en España.
En: Fundesco. -- n.80 (Abril, 1988) ; p.9-11 Conclusiones de un grupo de trabajo promovido por Fundesco: Promoción, investigación y evaluación de la formación ocupacional, informe sobre la demanda, promoción de la formación abierta, fomento de la producción de material multimedia, formación de formadores, etc.
NUEVAS TECNOLOGIAS, FUNDESCO, FORMACION OCUPACIONAL, ESPAÑA
- 129 LERA, Emilio
La Europa de las telecomunicaciones.
En: Fundesco. -- n.83-84 (Julio-Agosto, 1988) ; p.10-11

Análisis de las propuestas del Libro Verde, que sobre todo propugna la consecución de un mercado libre de servicios y productos industriales de telecomunicación.
EUROPA, TELECOMUNICACIONES.

130 CABEZAS, Roger

Introducción a la técnica de rotoscopia.
En: Cinevideo 20. -- n.47 (Noviembre, 1988, suplemento Grafismo Electrónico) , p.6-11 GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL, ANIMACION.

131 REYES, Javier

Fundamentos de la imagen 3-D generada por ordenador (I).
En: Cinevideo 20. -- n.45 (Septiembre, 1988, suplemento Grafismo Electrónico) ; p.10-12 Introducción a las imágenes tridimensionales creadas por ordenador: antecedentes históricos, técnicas y equipos y tendencias futuras.
GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL.

132 REYES, Javier

Fundamentos de la imagen 3-D generada por ordenador (II).
En: Cinevideo 20. -- n. 46 (Octubre, 1988) ; p.10-12 El ordenador en el tratamiento de la imagen.
GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL.

133 REYES, Javier

Fundamentos de la imagen 3-D generada por ordenador (III).
En: Cinevideo 20. -- n.47 (Noviembre, 1988) ; p.3-5 Terminología de la imagen tridimensional.
GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL.

134 CABRERA, Cristina

El paintbox gráfico o la paleta de alta definición.
En: Cinevideo 20. -- n.47 (Noviembre, 1988) ; p.13-15 GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL, ANIMACION.

135 GONZALEZ I, Mª Dolores

La mujer europea y el audiovisual.
En: Cinevideo 20. -- n. 47 (Noviembre, 1988) ; p.28-29 Nuevos incentivos de las Comunidades Europeas para promover la participación femenina en el desarrollo tecnológico.
EUROPA, MUJER, NUEVAS TECNOLOGIAS, MEDIOS AUDIOVISUALES.

136 DELGADO, Elena

La formación de profesionales de los medios audiovisuales: un debate europeo.
En: Cinevideo 20. -- n.47 (Noviembre 1988) ; p.31-33 Entre finales de septiembre y primeros de octubre se han celebrado en distintas localidades europeas: Montbelliard, Frascati, Madrid, encuentros en los que se ha analizado la situación de la formación de profesionales en medios audiovisuales.

MEDIOS AUDIOVISUALES, EUROPA, MONTBELLiard, FRASCATI, MADRID, FORMACION OCUPACIONAL.

137 BLAZQUEZ, Susana

Aterytza como pueadas.
En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.23-26 La prensa ha recogido declaraciones de Silvio Berlusconi en las que renuncia a participar en proyectos de televisión privada en España, para volcarse en los canales autonómicos. El estudio de remodelación y ampliación de los estudios Roma, hoy sede de su empresa española Videotime, permite suponer la posibilidad de instalar en ellos uno de los futuros canales privados o la cabecera de la futura federación de televisiones autonómicas.
BERLUSCONI, Silvio, ESPAÑA, TELEVISION, ESTUDIOS_ROMA, VIDEOTIME

138 CAMPOS, Fernando

INA, Francia en la vanguardia audiovisual.
En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.27-30 Francia, que ha sido históricamente uno de los países claves en el desarrollo de la expresión audiovisual, viene lanzando últimamente diferentes propuestas dirigidas a reforzar la industria audiovisual europea y sus canales de difusión.
FRANCIA, MEDIOS_AUDIOVISUALES

139 BUCKLEY, Richard

TMD. La duplicación termomagnética. Una revolución tecnológica.
En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.31-33 La duplicación termomagnética de cintas de video supondrá en los próximos años una auténtica revolución en el mercado comercial. Un duplicador TDM es capaz de sustituir a doscientos veinticinco casetes duplicadores convencionales.
VIDEO, TECNOLOGIA

140 BLAZQUEZ, Susana

España también quiere un satélite.
En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.34-36 El lanzamiento del satélite español de comunicaciones depende de la decisión que tome el Consejo de Ministros, que se apoyará en el estudio de viabilidad realizado por el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial (INTA). Tanto los Ministerios de Transportes y Defensa, como RTVE y los constructores españoles están a favor del lanzamiento del satélite, que no es bien visto por Telefónica, más partidaria del desarrollo del cable.
SATELITE, ESPAÑA, TELECOMUNICACIONES

141 GARCIA-RAYO, Antonio

San Sebastián '88.
En: Cinevideo 20. -- n.47 (Noviembre, 1988) ; p.24-25 Roman Polansky y su última película Frenético clausuró la trigésima edición del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, cuya celebración tuvo lugar entre el 14 y 24 del pasado mes de septiembre. El certamen cerró las puertas con un cierto aire de resaca peliculara, debido a sus más de 150

títulos proyectados en las distintas secciones, procedentes de 14 países.

CINE, SAN SEBASTIAN, ESPAÑA, FESTIVAL

142 GIORDANO, Eduardo

Televisión privada en Europa. El paraíso del consumo publicitario.

En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.20-22 La apertura del mercado audiovisual a empresarios privados y monopolios multinacionales está propiciando un nuevo protagonismo de la publicidad como auténtico soporte financiero de estos nuevos canales.

TELEVISION PRIVADA, PUBLICIDAD, EUROPA

143 OHLENSCHLÄGER, Karin

Festival Ars Electrónica 1988. Arte, Cultura y Tecnología.

En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.17-19 El Festival Ars Electrónica de Linz, desde 1979, es un punto de encuentro entre filósofos, artistas, técnicos y científicos que centran toda su atención en el intercambio de experiencias y pensamientos en torno a la nueva cultura.

ELECTRONICA, LINZ, ARTE, CULTURA, NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMATICA

144 FERNANDEZ, Tino

Los cien años de un pionero.

En: Nuestro tiempo. -- n.407 (Mayo, 1988) ; p.88-97 Analiza el libro The first hundred years, de Charles L. Robertson sobre los 100 años de antigüedad del International Herald Tribune.

PRENSA, PERIODICO, HERALD TRIBUNE, HISTORIA

145 CABEZAS, Roger

Seul. Historia de una cabecera (I).

En: Cinevideo 20. -- n.46 (Octubre, 1988) ; p.3-7 Génesis y proceso de trabajo realizado por Animática para TVE con motivo de los Juegos Olímpicos de Seúl.

GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL, CABECERA, TELEVISION, ESPAÑA

146 ILLARRAMENDI, Javier

Primeros pasos en la imagen inteligente.

En: Cinevideo 20. -- n.45 (Septiembre, 1988) ; p.14-15 Introducción a la imagen tridimensional.

GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN TRIDIMENSIONAL

147

Sistemas de memoria basados en disco.

En: Cinevideo 20. -- n.45 (Septiembre, 1988) ; p.44-47 Los discos no están destinados a reemplazar la cinta de video como medio de grabación, pero ofrecen grandes ventajas para aplicaciones específicas de producción. John Millward de Rank Cintel examina las opciones.

MEMORIA, DISCO OPTICO, VIDEO, MILLWARD, John, RANK_CINTEL

148

Los autores del audiovisual.

En: Cinevideo 20. -- n.45 (Septiembre, 1988) ; p.41-43 Del 29 de junio al 7 de julio se ha celebrado la 2ª edición del Festival de Cinema de Barcelona, sin duda el conjunto de actividades relacionadas con el cine y la televisión más ambicioso que se haya planteado últimamente en España. Esta crónica se refiere específicamente a comentar el Simposio de Guinistas y Directores, que reunió a destacadas personalidades de diferentes países.

CINE, BARCELONA, TELEVISION, ESPAÑA, FESTIVAL

149 ASENSI, Manuel

Video de creación, tocata y fuga.

En: Cinevideo 20. -- n.45 (Septiembre, 1988) ; p.38-40 Organización y producción de un video de creación. Definir la situación del video de creación en España es una empresa arriesgada, difícil y la mayor parte de las veces inútil.

VIDEO, ESPAÑA, PRODUCCION

150 BLAZQUEZ, Susana

En España las televisiones dispuestas a competir.

En: Cinevideo 20. -- n.45 (Septiembre, 1988) ; p.28-37 Las televisiones españolas están realizando el esfuerzo de adaptarse a la realidad europea. Además de los dos canales de la estatal Televisión Española, y los tres de las autonomías gallega, catalana y vasca, se preparan a competir los proyectos televisivos de las autonomías de Valencia, Madrid y Andalucía, y las tres futuras televisiones privadas.

TELEVISION, ESPAÑA, TVE, TVG, TV3, EUSKAL_TELEBISTA

151 SEGOVIA, Mercedes

SIGGRAPH-88: Imágenes para la ciencia (I).

En: Cinevideo 20. -- n.45. (Septiembre, 1988) ; p.3-7 Comentarios sobre las novedades y ediciones presentadas en SIGGRAPH 88, encuentro profesional sobre grafismo electrónico.

GRAFISMO ELECTRONICO, INFORMATICA, IMAGEN

152 SNELL, Roderick

Sistemas de edición de video.

En: Cinevideo 20. -- n.44 (Julio-Agosto, 1988) ; p.37-41 Repaso de los sistemas de edición de video en los últimos veinticinco años y sus perspectivas.

EDICION, VIDEO, TECNOLOGIA

153 GIORDANO, Eduardo

Televisión sin fronteras y penetración vía satélite.

En: Cinevideo 20. -- n.44 (Julio-Agosto, 1988) ; p.33-36 Informe sobre la televisión sin fronteras, impulsada por la Comunidad Europea como futuro horizonte del audiovisual, ha desatado una auténtica avalancha de emisiones transnacionales, y una lucha de poder entre los distintos estados y los grandes grupos multimedia. Una guerra a la que no son ajenos los intereses financieros, ni las mayores multinacionales de publicidad.

TELEVISION, COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA, SATELITE

154 ASENSI, Manuel

CECISA, de la duplicación a la digitalización.

En: *Cinevideo 20.* -- n.44 (Julio-Agosto, 1988); p.29-32 El Centro Español de la Comunicación y la Imagen (CECISA) es una empresa conocida de los profesionales por varias razones. Una de ellas podría ser su importante actividad en la duplicación de títulos de video, pero quizá la más espectacular esté relacionada con su departamento de generación de imágenes por ordenador.

CECISA, VIDEO, INFORMATICA, IMAGEN

155 BLAZQUEZ, Susana

La producción en TVE.

En: *Cinevideo 20.* -- n.44 (Julio-Agosto 1988.); p.24-28. Carlos Orengo, director de producción de TVE, analiza su gestión al frente de este departamento.

TVE, TELEVISION, ESPAÑA, PRODUCCION, CINE

156

Ley de Televisión privada.

En: *Cinevideo 20.* -- n.42 (Mayo 1988.); p.42-46 Texto íntegro de la Ley de Televisión privada aprobado por el Parlamento.

TELEVISION PRIVADA, LEGISLACION, ESPAÑA

157 PANERO, Jesus.

Los spots que murieron: te saludan.

En: *Cinevideo 20.* -- n.44 (Julio-Agosto, 1988.); p.19-23. Artículo sobre el SAWA, 1988, XXXV Festival Internacional del film publicitario, que es la más representativa muestra de las tendencias de la producción audiovisual publicitaria.

SAWA, CINE, PUBLICIDAD, FESTIVAL.

158 El talk-show de la TV francesa.

En: *Cuadernos para el debate.* -- n.44 (Mayo 1988.); p.1-6. El talk-show o espectáculo de la palabra, como nueva forma de hacer programas literarios en la TV francesa, como *Apostrophes*. TELEVISION, APOSTROPHES, LITERATURA, CULTURA.

159 PEREZ, Miguel Angel.

Las estructuras de la publicidad están cambiando.

En: *CAMPAÑA.* -- n.328. (Junio 16-30, 1988.); p. 86-88. Estudio sobre la publicidad y las causas del cambio que ha sufrido en los últimos años. Expone como causas principales tres factores: la política económica de apertura, el desarrollo tecnológico y la dirección empresarial.

PUBLICIDAD, POLITICA ECONOMICA, TECNOLOGIA, ANUNCIANTE.

160 El Congreso aprueba definitivamente la Ley General de Publicidad.

En: *CAMPAÑA.* -- n. 334. (Noviembre 1-15, 1988.); p. 13-18.

Texto íntegro de la Ley General de Publicidad aprobada por el Pleno del Congreso el 20 de Octubre de 1988. Está compuesta de cuatro títulos con un total de 33 artículos.

PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA.

161 Lo que el público está dispuesto a admitir.

En: *CAMPAÑA.* -- n. 334. (Noviembre 1-15, 1988.); p. 26-29.

Resumen del Seminario sobre Imagen y Comunicación organizado por el Grupo Especial Directivos, durante los días 6 y 7 de Octubre de 1988 en Madrid. Los temas que se trataron fueron: qué es la imagen de empresa y cómo transmitirla adecuadamente, cómo desarrollar una campaña de publicidad brillante, el patrocinio, las relaciones cliente-agencia y otros temas relacionados con el dominio comunicativo.

IMAGEN, COMUNICACION, EMPRESA, PUBLICIDAD, PATROCINIO, AGENCIA.

162 SESE, Jose María.

Frank Capra, cincuenta años después.

En: *Nuestro Tiempo.* -- n. 406. (Abril 1988.); p. 74-77.

Repaso a la obra cinematográfica de Frank Capra, famoso director Italiano que conquistó Hollywood.

CINE, CAPRA, FRANK, USA.

163 OCHOTORENA, Juan Miguel.

¿Qué postmodernidad?

En: *Nuestro Tiempo.* -- n. 406. (Abril 1988.); p. 78-89.

Momentos fundamentales del actual debate sobre la relación entre modernidad y postmodernidad.

MODERNIDAD, POSTMODERNIDAD.

164 La situación laboral de los periodistas.

En: *Annals del Periodisme Català.* -- n.13 (Febrero 1988); p. 40-45.

Análisis en prensa, radio y televisión en Cataluña sobre: plantillas, salarios, edad, horario, turnos, representación sindical, convenios, pluriempleo, y las problemáticas especiales del periodista y del fotógrafo catalán.

PRENSA, RADIO, TELEVISION, PERIODISMO, CATALUÑA, PERIODISTA.

165 TAVERA I GARCIA, Susana.

Soledad Gustavo, Frederica Montseny i el periodisme àcrata ¿ofici o militància?.

En: *Annals del periodisme Català.* -- n. 14. (Marc-Juny 1988.); p. 8-20.

La profesora Susana Tavera, experta en la historia del anarquismo en Cataluña, trata en este artículo de la tradición periodística de la familia de Rederica Montseny.

TAVERA, SUSANA, ANARQUISMO, CATALUÑA, PERIODISMO, MONTSENY, FREDERICA.

166 GALLEGRO AYALA, Juana.

¿Cuántos años para sobrevivir?

En: *Annals del Periodisme Català.* -- n. 14 (Marc-Juny 1988); p. 22-31.

El futuro de la prensa, la crisis de la prensa, es la cuestión que, en base a una encuesta realizada a profesionales del periodismo, plantea la profesora de redacción periodística de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona.

FUTURO, CRISIS, PRENSA, ESPAÑA.

167 BORRAT, Héctor.

La información filtrada.

En: *Annals del Periodisme Català*. -- n. 14 (Marc-Juny 1988)

Análisis del profesor de periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, Héctor Borrat, sobre la información filtrada, las filtraciones deliberadas, reales o simuladas, las fuentes próximas y dignas de crédito, las gargantas profundas.

INFORMACION, FILTRACIONES, FUENTE INFORMATIVA, PERIODISMO, SECRETO PROFESIONAL.

168 FIGUERES, Josep M.

TV3, eina per a la transformació de Catalunya.

En: *Annals del periodisme català*. -- n.14. (Marc-Juny 1988.); p. 40-51.

Artículo fechado en agosto de 1987 y que hace un análisis del papel realizado por Televisión de Cataluña-TV3 durante sus primeros años de existencia.

1987, TELEVISION, CATALUÑA, TV3.

169 VAZQUEZ DE PARGA, Margarita

Los archivos y el Plan Nacional de Información y Documentación.

En: *Política Científica*. -- n.12 (Mayo, 1988); p.20-22 Los archivos constituyen uno de los núcleos de información primaria más importantes con los que cuentan los países. Peculiaridades de los archivos y del Plan Nacional de Información y Documentación.

PLAN NACIONAL DE INFORMACION Y DOCUMENTACION, ARCHIVOS, DOCUMENTACION

170 ROMAN ROMAN, Adelaida

Nuevas bases de datos de Ciencias Sociales y Humanas.

En: *Política Científica*. -- n.12 (Mayo, 1988); p.39 El nuevo aporte de la Documentación científica a las Bases de Datos en Ciencias Sociales y Humanas. La autora hace un análisis sobre la Información y Documentación en Ciencias Sociales y Humanidades.

BASES DE DATOS, DOCUMENTACION, CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES, ISOC

171 LOPEZ PIÑERO, José María

España ocupa el puesto duodécimo en la producción científica mundial.

En: *Política Científica*. -- n.12 (Mayo, 1988); p.25-28 Esta conclusión fue obtenida por López Piñero y María Luz Terrada del Instituto de Estudios Documentales e Históricos sobre la Ciencia. Cuadros sobre temas científicos y técnicos publicados en España (1985). Tirada media de libros científicos y técnicos.

Países editores de libros y folletos de tema científico y técnico (1983).

EDICION, CIENCIA, DOCUMENTACION

172 DELICADO MONTERO-RIOS, Julio

Los documentos de patentes son fuente de información tecnológica.

En: *Política Científica*. -- n.13 (Julio, 1988); p.4-7 Es necesario que las empresas privadas como los centros de investigación utilicen los documentos de patentes como

fente de información tecnológica. Cuadro de solicitud de patentes en 1988. Otro cuadro con los documentos de patentes hechos públicos en 1987.

PATENTES, CIENCIA, BASES DE DATOS

173 BAENA VALBUENA, Caridad

Papel de la mujer joven en los medios de comunicación.

En: *Revista de estudios de juventud*. -- n.29 (Marzo, 1988); p.39-42 Considera que los medios de comunicación tratan erróneamente a la mujer y la marginan. Sugiere un cambio con una educación no discriminatoria y una igualdad de oportunidades en el mundo laboral.

FEMINISMO, MUJER, JUVENTUD, MEDIOS DE COMUNICACION, MARGINACION, TRABAJO

174 YAGUE, Antonio

A medio plazo, los profesores tendrán que utilizar los ordenadores como hoy utilizan la pluma.

En: *Fundesco*. -- n.77 (Enero, 1988); p.5-6 El autor nos explica el papel que las nuevas tecnologías de la información tendrán en la educación. Antonio Yagüe entrevista al Director General del CIDE, Angel Riviere.

ORDENADOR, EDUCACION, CIDE, NUEVAS TECNOLOGIAS

175 Encuentros en la tercera fase.

En: *Campaña*. -- n.336 (1-15 diciembre, 1988); p.37-38 Expone la transformación del panorama televisivo español a raíz de la aprobación por Real Decreto del Plan Técnico Nacional de la televisión privada, por el cual se prevee que en 1995 el 80% de la población española verá la televisión privada.

TELEVISION PRIVADA, LEGISLACION, ESPAÑA, COBERTURA

176 A vista de anunciante.

En: *Campaña*. -- n.336 (1-15 diciembre, 1988); p.4-12 Resumen del estudio de agencias 1988 realizado por Vacchiano-Ballester sobre la base de 504 anunciantes entrevistados. Llegan a la conclusión de que la creatividad sigue siendo el principal criterio a la hora de elegir una agencia, mientras en el cambio influye principalmente el servicio insatisfactorio. Además, hay una disminución en la fidelidad de los anunciantes hacia las agencias.

ANUNCIANTES, AGENCIAS, PUBLICIDAD

177 Tratado de los intereses y deseos del hombre urbano.

En: *Campaña*. -- n.334 (1-15 noviembre, 1988); p.60-61 Presentación del libro de Eulalio Ferrer con el título *La historia de los anuncios por palabras*. Eulalio Ferrer, destacado profesional del mundo de la publicidad, se ha preocupado de la ordenación histórica de esta parcela publicitaria, y la ha estudiado como documento sociológico contemporáneo y como sustento económico de multitud de diarios.

ANUNCIOS POR PALABRAS, EULALIO FERRER, HISTORIA, PUBLICIDAD

178 LEON, José Luis

Revisión de estudios sobre los efectos de la acumulación de spots en TV.

En: Campaña. -- n.334 (1-15 noviembre, 1988) ; p.51-53
Estudio sobre los efectos que tiene la acumulación de publicidad en TV, basándose, a su vez, en análisis realizados en los últimos años, por diferentes empresas. La persuasión publicitaria, se ve reducida por la acumulación de mensajes pagados por los anunciantes en los medios.

TELEVISION, PUBLICIDAD, ESTUDIO, MASIFICACION

179 Euforia y posibilidades reales.

En: Campaña. -- n.334 (1-15 noviembre, 1988) ; p.40-42
Resumen del Seminario Euro 1992, celebrado en Londres durante la primera semana de octubre de 1988, y organizado por la International Advertising Association y la empresa International Business Communication.

EUROPA, 1992, SEMINARIO, ADUANAS, COMUNIDAD EUROPEA

180 SANTAMARIA, Joseba

El éxito de saber leer.

En: Nuestro Tiempo. -- n.405 (Marzo, 1988) ; p.78-83
Apostrophes, su vida, es mucho más que un programa de televisión dedicado a la literatura: es una institución y su director, Bernard Pivot, una vedette.

APOSTROPHES, TELEVISION, FRANCIA, LITERATURA, PIVOT, Bernard, CULTURA

181 La Administración invirtió casi 6000 millones de pesetas en publicidad durante los seis primeros meses del año.

En: Anuncios. -- n.348 (25-31 julio, 1988) ; p.7
Estudio sobre la inversión en publicidad de la Administración, que en los seis primeros meses de 1988 ascendió a 5790 millones de pesetas.

INVERSION, PUBLICIDAD, ADMINISTRACION PUBLICA, ESPAÑA

182 TV3 se coloca como tercer canal en ingresos publicitarios.

En: Anuncios. -- n.348 (25-31 julio, 1988) ; p.10-11
Informe anual J. Walter Thompson, donde se destaca que la televisión autonómica, TV3, superó en 1987 por primera vez la inversión publicitaria de TVE-2, y se ha colocado como el tercer canal por ingresos publicitarios. Por delante sólo figuran el primer canal de TVE y los circuitos regionales de la propia TVE.

INVERSION, PUBLICIDAD, TELEVISION, ESPAÑA

183 El cine recupera la inversión.

En: Anuncios. -- n.348 (25-31 julio, 1988) ; p.14
El medio cine recuperó en parte el fuerte descenso en inversión publicitaria de 1986 y volvió a incrementar su inversión en 1987, aunque bastante por debajo de la media anual. Según el informe de J. Walter Thompson, la inversión total en el medio ascendió

a 2600 millones de pesetas.

CINE, INVERSION, PUBLICIDAD

184 Artistas y técnicos ante el diseño por ordenador.

En: Anuncios. -- n.349 (5-11 septiembre, 1988) ; p.12-13

Balance del Seminario sobre Nuevas Tecnologías aplicadas al diseño, la publicidad y la televisión, organizado por la UIMP.

NUEVAS TECNOLOGIAS, DISEÑO, PUBLICIDAD, TELEVISION

185 Buenos resultados de los medios impresos.

En: Anuncios. -- n.349 (5-11 septiembre, 1988) ; p.14
Se han obtenido buenos resultados de los medios impresos, según la segunda ola de datos del EGM em 1988, correspondiente a los meses de mayo y junio. La televisión experimentó un ligero descenso, en tanto que la radio aumentó también ligeramente su audiencia.

AUDIENCIA, PRENSA, RADIO, TELEVISION, DIFUSION

186 Tabacos: el fin de una época.

En: Anuncios. -- n.350 (12-18 septiembre, 1988) ; p.16-17
El 1 de septiembre entró en vigor la autorregulación de las compañías tabaqueras. El punto más importante del acuerdo es la autoprohibición de realizar publicidad de tabacos por televisión.

AUTORREGULACION, PUBLICIDAD, TELEVISION, TABACO, LEGISLACION

187 EGM, segunda ola de 1988/2.

En: Anuncios. -- n.350 (12-18 septiembre, 1988) ; p.11-13
Buen resultado en todos los sectores. Fuerte subida de las revistas femeninas y del corazón. El País se recupera, y El Periódico vuelve al segundo puesto. El suplemento de ABC recupera el segundo puesto en audiencia. Primeros datos de El Independiente.

REVISTAS, DIFUSION, PRENSA, ESPAÑA

188 Exterior fue el medio con mayor crecimiento.

En: Anuncios. -- n.348 (25-31 julio, 1988) ; p.13
El medio exterior fue el que experimentó un mayor crecimiento en 1987 respecto al año anterior, un 41,3%, con una inversión total de 20.200 millones de pesetas.

INVERSION, PUBLICIDAD EXTERIOR

189 La impotencia de los gurus de Madison Avenue.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.5-8
Las agencias de publicidad de Madison Avenue y sus campañas a favor de George Bush y Michael Dukakis en las elecciones para dilucidar el futuro Presidente de los EEUU.

PUBLICIDAD, POLITICA, USA, ELECCIONES

190 La Administración Central adjudicó directamente el 31% de su inversión publicitaria del último año y medio.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.12-13
Según el Ministerio de Relaciones con las Cortes, a una pregunta del Grupo Parlamentario del CDS, en 18 meses, la Administración Central adjudicó a dedo el 31% de los 19.370,6 millones de pesetas destinados a inversión publicitaria.

PUBLICIDAD, INVERSION, ADMINISTRACION CENTRAL

191 La revolución constante.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.26-34

Análisis del mundo de las revistas de Información General y de los lanzamientos de publicaciones de esta índole en 1987: Tribuna de Actualidad, El Globo, La Linterna, etc.

REVISTAS, DIFUSION, INFORMACION GENERAL

192 Siete millones y medio de ejemplares a repartir entre 56 títulos.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.39-41 Ranking de difusión de revistas controladas por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD); tanto semanales, quincenales y mensuales.

OJD, DIFUSION, REVISTAS

193 1987 fue un mal año para la audiencia de las revistas.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.35-38 Audiencia de lectores en semanales, quincenales y mensuales en 1987. TARIFAS DE PUBLICIDAD en 1986 y 1987 en revistas semanales, quincenales y mensuales.

DIFUSION, REVISTAS

196 José Aurelio Herreros de Tejada: El departamento de marketing tiene que estar profundamente integrado con las redacciones.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.46 Entrevista con José Aurelio Herrero de Tejada, Consejero Delegado de Edusa (HACHETTE). Habla de la forma de llegar a un mayor mercado publicitario a través de los suplementos dominicales.

PUBLICIDAD, HACHETTE, MARKETING

197 Carsten R. Moser: Aunque no hubiese grupos extranjeros, las editoriales españolas también habrían creado departamentos de marketing.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p. 47 Carsten R. Moser es Director General de GTS en España. Habla del mercado español de revistas y de la publicidad.

PUBLICIDAD, MARKETING, REVISTAS

198 José Ignacio Gómez Centurión: El mercado hay que intuirlo.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.49 Es Consejero Delegado de Hobby Press. Habla de prensa especializada y su difusión.

DIFUSION, REVISTAS, HOBBY PRESS

199 José Luis Erviti: Los españoles conoceremos siempre mejor nuestro mercado.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.50 José Luis Erviti es Vicepresidente del Grupo Z. Habla de la consolidación de Zeta como empresa multimedia y del conocimiento del mercado español editorial.

REVISTAS, GRUPO Z, PUBLICIDAD

200 Alfredo Marrón: El mercado de los medios se ha convertido en un club absolutamente selectivo.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.51 Es Director General de Sarpe. Habla de la inversión publicitaria en revistas como Complice, Mucho más, Greca, etc.

PUBLICIDAD, REVISTAS, INVERSION

201 Luis Carta: El Know How también puede hacerse en sentido inverso.

En: Anuncios. -- n.358 (7-13 noviembre, 1988) ; p.52 Es el hombre de Conde Nast en España. Habla de su experiencia con Vogue en Brasil y en España. Da gran importancia a las revistas para mujeres y a su publicidad.

PUBLICIDAD, REVISTAS, SWT, MUJER

202 Leídos en todo el mundo.

En: Anuncios. -- n.341 (6-12 junio, 1988) ; p.29-30 Hay aproximadamente 20 títulos impresos que se puedan considerar internacionalmente leídos. Ranking de circulación de los principales medios internacionales en Europa. Circulación, facturación y ocupación de algunos títulos internacionales.

DIFUSION, TIME, FINANCIAL TIMES, NEWS WEEK, REVISTAS, INFORMACION GENERAL

203 Anunciantes españoles: aprendiendo a salir fuera.

En: Anuncios. -- n.341 (6-12 junio, 1988) ; p.31-33 Los anunciantes españoles, poco a poco se lanzan con sus campañas hacia el exterior. Sólo tienen en España Departamento de Internacional CICM (Central del Grupo Tapsa) y Publintegral.

PUBLICIDAD, ESPAÑA

204 Suben revistas y televisión.

En: Anuncios. -- n.342 (13-19 junio, 1988) ; p.9-10 Según el Estudio General de Medios (EGM), la audiencia de televisión y los lectores de revistas protagonizaron un alza, no así la radio y los diarios en los que destaca una ola de signo negativo.

PUBLICIDAD, REVISTAS, TELEVISION, RADIO, DIARIOS, EGM, DIFUSION, AUDIENCIA

205 Nuevo reglamento de trabajo de la OJD.

En: Anuncios. -- n.342 (13-19 junio, 1988) ; p.19 Entrará en vigor en julio y su objetivo será facilitar información útil y puntual de la difusión y distribución de las publicaciones periódicas, para uso de anunciantes, editores, agencias de publicidad, etc.

OSD, PUBLICIDAD, DIFUSION

206 Pronto se acerca a los cinco millones de lectores.

En: Anuncios. -- n.343 (20-26 junio, 1988) ; p.18-20 Según el Estudio General de Medios (EGM), la revista Pronto se coloca a la cabeza de las revistas con periodicidad semanal con 4.848.000 ejemplares. Cuadro de Audiencia de revistas por periodicidad semanal, quincenal y mensual.

DIFUSION, REVISTAS, PRONTO

207 Reparto de poder.

En: Anuncios. -- n.337 (9-15 mayo, 1988) ; p.10-14 Festival de San Sebastián. Contrapunto y RCP acapararon prácticamente la mitad de los premios entregados en el Tercer Festival Publicitario de Cine y Televisión.

PUBLICIDAD, CINE, TELEVISION, FESTIVAL, SAN SEBASTIAN

208 Publicidad a la carta.

- En: Anuncios. -- n.337 (9-15 mayo, 1988) ; p.18-19
Aplicación de nuevas tecnologías y máquinas en los encartes publicitarios en diarios.
PUBLICIDAD, ENCARTE, PRENSA
- 209 El ordenador ordena, pero no manda.
En: Anuncios. -- n.361 (28 noviembre-4 diciembre, 1988) ;
Resumen de la primera jornada del seminario AEDEMO sobre medición de audiencia de medios impresos. La jornada fue un repaso general a las distintas partes relacionadas con la medición de audiencia: medios, sistemas de investigación de audiencia, anunciantes, y finalmente, los planificadores.
AEDEMO, AUDIENCIA, PRENSA
- 210 Ley General de Publicidad.
En: Anuncios. -- n.361 (28 noviembre-4 diciembre, 1988) ;
Entrevistas con Francisco Virseda, Director General de Medios de Comunicación Social, Carlos Lema Devesa, catedrático de Derecho Publicitario, y otros, que dan su opinión sobre la Ley General de Publicidad. Además se incluye una encuesta hecha a varios publicitarios y el texto de la ley.
VIRSEDA, Francisco, LEMA, Carlos, PUBLICIDAD, DERECHO, LEGISLACION
- 211 RICHERI, Giuseppe
Los audiovisuales en la acción comunicativa de las instituciones públicas.
En: C.IN.CO. -- n.1 (junio, 1988) ; p.29-31 Reflexiones sobre el crecimiento de las prácticas comunicativas institucionales, que pone de manifiesto la conveniencia de emprender adecuadas sistematizaciones teóricas que conduzcan a concretar campos de planificación y control de las acciones de tal carácter.
MEDIOS AUDIOVISUALES, COMUNICACION, INSTITUCIONES PUBLICAS
- 212 LOPEZ GARCIA, Antonio
Investigación sobre tecnología.
En: C.IN.CO. -- n.1 (Junio, 1988) ; p.24-27 La convergencia entre la investigación sobre tecnologías y las exigencias y actual conformación del mercado producirán cambios sociales sin precedentes, los cuales son analizados en este artículo.
INVESTIGACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, CAMBIO SOCIAL
- 213 ABRIL, Gonzalo
El pontificado de la pragmática (Encuentros de la semiótica en su Tercera Fase).
En: C.IN.CO. -- n.1 (Junio, 1988) ; p.20-22 Comentarios sobre la situación actual de la investigación y práctica de la semiótica.
SEMIOTICA, LENGUAJE, TEORIA, INVESTIGACION
- 214 WOLF, Mauro
Desarrollos teóricos en la investigación de la comunicación.
En: C.IN.CO. -- n.1 (Junio, 1988) ; p.4-10 Análisis de la utilidad, idoneidad y progresión de las pautas por las que ha avanzado la investigación en comunicación.
INVESTIGACION, COMUNICACION, TEORIA
- 215 La Administración no incrementó su inversión en publicidad. Cerca de 11.000 millones de pesetas en 1987.
En: Anuncios. -- n.320 (28 Dic, 1987-10 Enero 1988)
Estudio del balance de actividad publicitaria de la Administración Central durante 1987. Se desglosan las campañas de los distintos ministerios, los organismos publicitados, los presupuestos y las agencias concursantes y ganadoras de cada campaña.
ADMINISTRACION CENTRAL, PUBLICIDAD, INVERSION, ESPAÑA.
- 216 El País, un año más el anuario de mayor difusión de España.
En: Anuncios. -- n.320 (28 Dic. 1987- 10 Enero 1988)
Balance y evaluación de difusión de diarios españoles en 1987, teniendo en cuenta el incremento de difusión del año anterior.
DIARIOS, PRENSA, DIFUSION,
- 217 La batalla por la audiencia
En: Anuncios. -- n.320 (28 Dic 1987-10 Enero 1988)
Balance de audiencia en los medios de radio, televisión, revistas y diarios en 1987. Los datos se basan en dos de las tres olas del EGM, aparecidas hasta el momento.
AUDIENCIA, RADIO, TELEVISION, DIARIOS, REVISTAS, DIFUSION.
- 218 Teleprograma recupera el primer puesto en el ranking de difusión de revistas.
En: Anuncios. -- n.320 (28 Dic 1987-10 Enero 1988)
Balance y evaluación de difusión de las revistas españolas en 1987, considerando las mensuales, quincenales y semanales y el incremento de difusión respecto al año anterior.
REVISTAS, DIFUSION,
- 219 La Ley General de Publicidad ya es proyecto.
En: Anuncios. -- n.320 (28 Dic 1987-10 Enero 1988)
Aprobación por el Gobierno de un nuevo texto de anteproyecto de Ley. Cambios introducidos respecto a anteriores textos. Opiniones y sugerencias de las asociaciones del sector. Proceso de trámites parlamentarios para la aprobación de la LEY.
PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA
- 220 Estudio de CICM sobre la TV por satélite en Europa.
En: Anuncios. -- n. 320. (10 Enero 1988.) ; p. 18-19.
Se estudia la actual situación de la televisión vía satélite en España, emisoras que pueden captarse, problemas técnicos y económicos. Estudios de audiencia.
TELEVISION, SATELITE, EUROPA, AUDIENCIA, ESPAÑA.
- 221 OJD. Control de revistas médicas.
En: Anuncios. -- n. 334. (18-24 Abril 1988.) ; p. 24.
El boletín de OJD n. 268 de marzo, está dedicado e si integramente al control de la difusión de publicaciones

- especializadas en medicina. En Anuncios ranking de difusión.
ESPAÑA, REVISTAS, MEDICINA, DIFUSION, OJD.
- 222 La imagen eléctrica.
En: Anuncios. -- n.331. (21-27 Marzo 1988.); p. 23.
Nuevas técnicas del video digital. Editor digital Harry. Se relata la preparación de un spot publicitario por Videocamino utilizando éstas novedades permitiendo mezclas de imágenes sin pérdida de calidad.
VIDEO DIGITAL.
- 223 La moda acapara el interés de las revistas femeninas.
En: Anuncios. -- n.330. (14-20 Marzo 1988.); p.11.
La información sobre moda es el principal tema de interés de las revistas femeninas, así como el factor de compra más destacado por las mujeres, según un estudio motivacional realizado por Sofemasa para el lanzamiento de la edición española de VOGUE.
PUBLICIDAD, MODA, ESPAÑA, SOFEMASA, MUJER, VOGUE, REVISTAS.
- 224 Estabilización de las grandes cadenas de Radio.
En: Anuncios. -- n.351. (19-25 Septiembre 1988.); p.16.
La última ola del Estudio General de Medios referida a radio no ha traído novedades importantes. Las principales cadenas denotan una estabilización en sus niveles de audiencia, con la única excepción de RNE FM, que experimenta una importante subida, y SE
RFM, que aumenta su diferencia sobre el resto en la cabeza del ranking.
RADIO, AUDIENCIA, ESPAÑA.
- 225 En busca de la fuente única.
En: Campaña. -- n. 335. (16-30 Noviembre 1988.); p. 53-58.
Representantes Europeos de Empresas de Comunicación debaten en Barcelona el Simposio sobre Investigación de lectura, organizado por la empresa británica Research Sowices Limited.
Los temas presentados fueron medios escritos audiovisuales relación entre lectura y difusión y la efectividad de la publicidad en unos u otros soportes.
LECTURA, PUBLICIDAD, AUDIOVISION, MEDIOS.
- 226 SORIA, Carlos.
El Libro Verde o el Documento del Arrepentimiento.
En: Nuestro Tiempo. -- n. 408. (Junio 1988.); p. 88-91.
Presentación del libro Verde, Televisión sin Fronteras sobre el espacio audiovisual en la C.E. elaborado por la Comisión de CC Europeas en Mayo 1984. Recoge la situación de los diez (entonces) miembros hacia un espacio común en materia de información, comunicación y la legislación necesaria que proteja y apoye al ciudadano europeo.
CEE, TELEVISION, EUROPA.
- 227 La Televisión se hace global.
En: Cuadernos para el debate. -- n. 49. (Noviembre-Diciembre); 1988 Descripción sobre el avance continuo de la esfera mundial de la información, los negocios de comunicación, sus empresas y perspectivas legales y culturales. Ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías y sus consecuencias en la comunicación mundial.
TELEVISION PRIVADA, CABLE, EUROPA, NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMACION, SATELITE, USA, COPRODUCCION.
- 228 Información Televisada en Gran Bretaña y EEUU.
En: Cuadernos para el debate. -- n.49. (Nov.-Dic. 1988.);
Presenta las opiniones de expertos en información televisada de medios anglosajones, sobre la evolución y situación de los programas actuales en las cadenas informativas CBS (EEUU) y BBC (GB) y sus relaciones con factores políticos-sociales.
TELEVISION, GRAN BRETAÑA, USA, POLITICA, INTERVENCIONISMO, ESTADO, PROGRAMACION, CBS, BBC, INFORMATIVOS.
- 229 WEICHENBERG, S.
R.F.A: Las Nuevas Tecnologías en las redacciones de periódicos.
En: Cuadernos para el debate. -- n.49 (Nov.-dic., 1988);
Presenta la evolución y la situación de empresas periodísticas desde la introducción de Nuevas Tecnologías en la información. Pantallas, ordenadores, impresoras.. han cambiado el trabajo en las redacciones alemanas desde los años 70. Se presentan cuadros estadísticos complementarios a la información, relativos a empresas nacionales y por länders alemanas.
RFA, PRENSA, NUEVAS TECNOLOGIAS, HISTORIA, LEGISLACION, PERSONAL, ESTADISTICA
- 230 Gran Bretaña: La Oficina Central de Información.
En: Cuadernos para el Debate. -- n.49 (Nov.-Dic., 1988);
Descripción de la organización y funciones de la Central Office of Information, oficina británica para los temas de información y comunicación institucional a través de medios audiovisuales, publicaciones, campañas y exposiciones nacionales e internacionales.
GRAN BRETAÑA, CENTRAL OFFICE OF INFORMATION, COI, MEDIO AUDIOVISUAL, RADIO, TV, PRENSA, ACTIVIDADES
- 231 Radio y televisión en el Reino Unido, Holanda y Argentina. (Informe).
En: Cuadernos para el Debate. -- n.49 (Nov.-Dic., 1988);
Informe sobre radio y televisión en estos países: organización socio-cultural y tecnología en relación con estos medios. Dedicar mayor atención a la realidad informativa en el Reino Unido, analizando el sistema sociopolítico en el que influyen.
GRAN BRETAÑA, HOLANDA, ARGENTINA, BBC, IBA, PRODUCCION, TECNOLOGIA, AUDIENCIA, ANALISIS, MEDIO INFORMATIVO. RADIO, TELEVISION
- 232 El negocio internacional de los videos pirateados.
En: Cuadernos para el Debate. -- n.49 (Nov.-Dic., 1988);
Situación del mercado de video y el negocio de alquiler y piratería de versiones originales. Algunas medidas intentan cortar este mercado pero en muchos países no existe siquiera

la legislación adecuada sobre derechos de autor y propiedad intelectual.

LEGISLACION, VIDEO, PIRATERIA, PROPIEDAD INTELECTUAL

233 Radio y televisión en Bélgica.

En: Cuadernos para el Debate. -- n.48 (Octubre, 1988) ; p.1-30 Informe sobre la organización y funcionamiento de la radio y televisión en Bélgica, tanto en la comunidad francesa como flamenca. Análisis sobre los programas, audiencia, presupuestos y publicidad, incluyendo estadísticas y gráficos que reflejan la situación de la radio y televisión en diferentes años.

RADIO, TELEVISION, BELGICA, AUDIENCIA, PROGRAMACION, PRESUPUESTO, PUBLICIDAD, GASTO

234 Los tebeos inundan el mundo.

En: Cuadernos para el Debate. -- n.48 (Octubre, 1988) ; p.18-22 Estudio sobre los tebeos como fuente de ingresos económicos muy importante en todo el mundo. Estudio sobre el mercado mundial, destacando su amplio mercado tanto en países ricos como pobres. Así mismo, hace un análisis de la difusión y los distintos tipos de usuarios y tebeos, llegando a la conclusión de que tanto niños como adultos son lectores de los tebeos.

TEBEO, MERCADO, DIFUSION, AUDIENCIA

235 Prensa: las distorsiones en las fuentes de datos.

En: Control. -- n.308 (Abril, 1988) ; p.114-123 Estudio sobre el número de lectores por ejemplar en revistas y periódicos con datos formados de EGM y OSD, que miden audiencias y difusión respectivamente.

PRENSA, AUDIENCIA, DIFUSION, EGM, OSD

236 Descripción del medio prensa.

En: Control. -- n.308 (Abril, 1988) ; p.56-72 Datos de difusión de diarios, revistas y dominicales desde el año 1982 ó 1983 hasta 1986 ó 1987, para observar su evolución. Cifras del ranking de difusión y comportamiento de la audiencia.

PRENSA, AUDIENCIA, DIFUSION

237 MOLINE, Marçal

Encodificación: el proceso de los signos.

En: Control. -- n.309 (Mayo, 1988) ; p.47-50 A la hora de crear un anuncio publicitario hemos de tener en cuenta tres factores: el código del mensaje, el contenido del mismo y su forma o tratamiento. El autor nos introduce en el mundo de los símbolos, signos y códigos, al igual que en el proceso de creación de los signos, que en teoría de la comunicación es conocido como encodificación.

PUBLICIDAD, CODIFICACION, SIGNO, SEMIOLOGIA, SIMBOLO

238 Punto contrapunto de la radiodifusión española.

En: Control. -- n.307 (Marzo, 1988) ; p.39-52 Entrevista con Josep M. Martí sobre los aspectos más destacados de su tesis Radio especializada. El modelo radiofónico español está abocado a un proceso de especialización. La radio especializada es la solución a la competencia, a la

segmentación de la audiencia, a la oferta multimedia y a la reducción del mercado publicitario.

ESPAÑA, RADIO, ESPECIALIZACION, PUBLICIDAD, MARTI, Josep M., SEGMENTACION

239 La radio un medio creativo: Mesa redonda a tres bandas; agencias, medios y anunciantes.

En: Control. -- n.307 (Marzo, 1988) ; p.54-63 El cambio de actitud de la audiencia hacia la radio es analizada en esta mesa redonda por los representantes de los 3 grandes autores del hecho; agencias, anunciantes y el medio que interpretan también la relación televisión/radio.

PUBLICIDAD, ANUNCIANTE, AGENCIA, RADIO, CREATIVIDAD

240 VIVES, Luis

Planificación moderna de la radio.

En: Control. -- n.307 (Marzo, 1988) ; p.65 Investigar la audiencia en radio es difícil debido a su segmentación. La planificación es compleja y sólo es útil cuando la cobertura de recepción abarca la zona deseada.

RADIO, AUDIENCIA, PROGRAMACION, PLANIFICACION, SEGMENTACION, ANALISIS

241 MOLINE, Marçal

El emisor.

En: Control. -- n.307 (Marzo, 1988) ; p.74-78 Una de las ironías de la teoría de la comunicación es la dificultad de comunicación que se establece entre unos autores y otros al otorgar funciones distintas a unos términos idénticos. El emisor o creativo crea un mensaje y el receptor, lo decodifica con el mismo código.

EMISOR, CREATIVIDAD, PUBLICIDAD, RECEPTOR, MENSAJE, CODIFICACION

242 MOLINE, Marçal

Hardware.

En: Control. -- n.306 (Febrero, 1988) ; p.66-68 La misión de la publicidad es que los mensajes sean programados en la memoria del público. Para ellos hay que utilizar la Teoría de la Comunicación, cuya base es la manipulación del mensaje con la mayor eficacia posible al menor costo, para ello el comunicador debe identificarse con la manera de ser y las circunstancias del destinatario.

PUBLICIDAD, TEORIA, MENSAJE, PERSUASION

243 Arroyo Ilera, Fernando.

Telecomunicaciones, espacio geográfico y ordenación del territorio.

En: Telos. -- n. 12. (Diciembre-febrero, 1987-1988.) ; 14-22.

Análisis de la noción de espacio geográfico y su transformación producida por las telecomunicaciones. Nueva ordenación del territorio. Avances en las técnicas de Comunicación. Historia de las mismas, y la incorporación de las Nuevas Tecnologías. Características del nuevo sistema informativo. Su incidencia en las diferentes zonas geográficas del mundo.

TELECOMUNICACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, TERRITORIO, ORDENACION.

244 Domínguez Juan, Milagros.

Bibliografía sobre análisis de la representación de la mujer en las revistas femeninas.

En: Documentación de las ciencias de la información. -- n. IX. (1987-1988); 107-115.

Selección bibliográfica del material básico utilizado para analizar y desvelar la representación de la imagen de la mujer que configura la prensa femenina. Bibliografía amplia y general donde se combinan las obras de carácter general con las de carácter específico.

BIBLIOGRAFIA, MUJER.

245 Galdón, Gabriel.

Nueva luz sobre el fenómeno informativo.

En: Documentación de las ciencias de la información. -- n. IX (1987-1988); p. 103-105.

Búsqueda de nuevas aportaciones que permitan abrir nuevos horizontes, nuevos caminos para la investigación del fenómeno de la comunicación social.

COMUNICACION, INVESTIGACION, TEORIAS.

246 Pinto Molina, María.

La operación de resumir: Formulación teórica, procedimientos y perspectivas.

En: Documentación de las ciencias de la información. -- n. IX. (1987-1988.); p. 75-99.

Antecedentes históricos del resumen. Técnica documental cuya función es proporcionar una breve exposición del contenido de un documento. Elementos y fases del resumen.

RESUMEN ANALITICO, DOCUMENTACION.

247 Dader García, Jose Luis.

Hacia la televisión común europea: análisis de los documentos y proyectos para su creación.

En: Documentación de las ciencias de la información. -- n. IX. (1987-1988.); p. 53-73.

El sueño de alcanzar la integración europea, se resolvería a través de la creación de un espacio televisivo europeo. Creación de una televisión heterogénea y plural destinada al intercambio de culturas nacionales, fomentando la curiosidad por el conocimiento

entre recíproco. Búsqueda de soluciones a problemas como: el idioma, las inversiones y, las tecnologías a utilizar.

CEE, INTEGRACION, TELEVISION, CULTURA, SATELITE.

248 Altabella, José.

Historia del periodismo español. Programas y fuentes.

En: Documentación de las Ciencias de la Información. -- n. IX. (1987-1988); p. 11-52.

Programa de la asignatura Historia del Periodismo Español, desde sus orígenes hasta nuestros días, teniendo en cuenta los progresivos adelantos técnicos y la legislación de prensa propia de cada etapa.

HISTORIA, PERIODISMO, ESPAÑA, LEGISLACION.

249 Jones, Daniel E.

Breve panorama de las bibliotecas españolas especializadas en comunicación.

En: Documentación de las ciencias de la información. -- n. IX. (1987-1988.); p. 117-129.

En los últimos años han ido aumentando los estudios sobre comunicación en España. La producción editorial en este campo se ha ido incrementando surgiendo bibliotecas-hemerotecas especializadas en distintas parcelas de la comunicación. Características generales de éstas. Gran concentración y falta de coordinación entre ellas. Incluye referencias bibliográficas.

BIBLIOTECA, HEMEROTECA, COMUNICACION.

250 Berenguer, José María.

Postulados entorno a la información, la intuición y el razonamiento.

En: Telos. -- n. 12. (Diciembre-febrero 1987-1988.); p. 11-12.

Afirma que vivimos en una sociedad de información. Los avances tecnológicos se han dirigido también a este campo. Se crean servicios de información electrónico que garantizan la calidad informativa. Se evita en ellos sobrecargar de información al usuario. Asimismo se fomenta la capacidad de provocar y facilitar el razonamiento y la intuición humana.

NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMACION, CRITICA, INTUICION, DEMANDA, USUARIO.

251 Morán, Jose Manuel.

El límite de los valores.

En: Telos. -- n. 12. (Diciembre-febrero 1987-1988.); p. 10-11.

Las nuevas tecnologías están modificando sustancialmente el ritmo de producción. El papel socializador de la familia y la escuela también se ve alterado. Nace así una nueva sociedad en la que el Estado y las instituciones sociales tratan de consolidar los resultados alcanzados sin cambiar las formas de distribuir el poder y la riqueza.

NUEVAS TECNOLOGIAS, SOCIEDAD, CAMBIO, PODER, DEMOCRATIZACION, PRODUCCION.

252 Camps, Victoria.

El ídolo de la comunicación.

En: Telos. -- n. 12. (Diciembre-Febrero 1987-1988.); p. 7-8.

Reflexión sobre el significado de la comunicación y el poder de los medios de comunicación en la sociedad actual. El autor afirma que éstos ofrecen una visión partidaria de la realidad, realizan una comunicación unilateral y utilizan una jerga específica

de difícil comprensión para el usuario. Se necesita una información más exhaustiva y fiable, se necesita el diálogo para lograr el conocimiento de cada cultura.

LENGUAJE, MEDIO INFORMATIVO, CULTURA, INTERACCION, PODER.

253 Ariño, Gaspar.

La televisión privada en Castilla y León.

En: Cuenta y razón. -- n. 34. (Febrero 1988.); p. 85-90.

Afirma que la televisión debe ser y estar al servicio de la Sociedad no del Estado. Hay que evitar la centralización existente en España. La televisión controla desde Madrid a los centros regionales. *Legislación de televisión en España*

en 1980. Se pretende que la televisión regional de Castilla y León esté al servicio de todos los partidos.

TELEVISION PRIVADA, REGIONAL, ESPAÑA, CASTILLA, LEON, CENTRALISMO, LEGISLACION.

254 Sinova, Justino.

Canal 10: una broma pesada del Gobierno.

En: *Cuenta y Razón*. -- n. 34. (Febrero 1988.) ; p. 91-94.
Historia del proyecto del canal 10. El Gobierno proponía emitir desde el extranjero y ésto choca con el proyecto de la Ley de Televisión privada. Nace al margen de la Ley. Es una sociedad Constituida con capital extranjero. Aprobada por el Gobierno que demuestra poco respeto por la Ley. Una broma pesada, un disparate político que limita la libertad de expresión televisiva.

TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA, CANAL 10, LEGISLACION.

255 Martínez-Albertos, Jose Luis.

La comunicación Periodística ante el reto electrónico: el retorno de los géneros.

En: *Cuenta y Razón*. -- n. 34. (Febrero 1988.) ; p. 59-64.
Las nuevas tecnologías introducidas en comunicación, multiplican los datos disponibles y se corre el peligro de no saber entresacar los valorados como noticia, además no todas las formas de comunicación son materia apta para la comunicación periodística. El periodista utiliza la narración, descripción u opinión dependiendo de cómo enfoque el hecho noticiosos. La profesionalización periodística exige escribir con ética y teniendo en cuenta al receptor, ya que éstos tienen condicionado su derecho a la información al uso que de ésta hagan los profesionales.

NUEVAS TECNOLOGIAS, PERIODISMO, PROFESION, ETICA DERECHOS, GENERO.

256 Soria, Carlos.

Uso y abuso de la protección civil del honor.

En: *Cuenta y Razón*. -- n. 34. (Febrero 1988.) ; p. 53-58.
Legislación, derecho al honor y propia imagen. Análisis en su tiempo de vigencia. Perspectivas y riesgos del informador. Formas de actuación del periodista.
LEGISLACION, HONOR, PRENSA, DERECHO A LA IMAGEN.

257 Muñoz Alonso, Alejandro.

Políticos y periodistas.

En: *CUENTA Y RAZON*. -- n.34 (Febrero 1988) ; p.47-52
En España se esta produciendo una vinculación entre periodistas y políticos que parecen ser los principales destinatarios de de los Medios de Comunicación más importantes. Los periodistas escriben para los políticos y estos hablan para los periodistas. Se crea así un lenguaje elevado cuyas claves no entiende todo el mundo. Existe el peligro del amarillismo y el papel de la prensa en el proceso democrático español es reconocido y elogiado. Hay que evitar la excesiva politización de la prensa estableciendo las reglas en este juego conflictivo y cooperativo.

POLITICA, PRENSA, ESPAÑA, MEDIOS INFORMATIVOS, DEMOCRACIA, SENSACIONALISMO.

258 Calvo Hernando, Manuel

Hacia una apocalipsis comunicativa: los nuevos servicios de la sociedad de la Información.

En: *CUENTA Y RAZON*. -- n.34 (1988) ; p.43-46
El nacimiento de una nueva sociedad tecnológica, basada en la comunicación y el conocimiento, las telecomunicaciones ofrecen al individuo nuevos servicios donde las distancias mundiales se suprimen. Nacen las redes de comunicaciones con un nuevo lenguaje y una estética nueva. Aparece el teletexto, videotexto y la imagen informática. Del mismo modo aparecen las industrias de programas informáticas; las nuevas tecnologías inciden en política, economía, comunicación y demás áreas de la sociedad.

COMUNICACION, CONOCIMIENTO, SOCIEDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS, LENGUAJE, TELETEXTO, VIDEOTEXTO.

259 PINILLOS, José Luis

El público y la información.

En: *Cuenta y razón*. -- n.34 (Febrero, 1988) ; p.21-27
Reflexiona sobre el gran avance que supone la televisión, y el peligro que tienen los Mass-Media de convertirse en eliminadores de la lectura en su público, debido a su bajo nivel intelectual. La opinión pública tan necesaria en democracia posee, a veces la única visión de la realidad ofrecida por los medios. El público de los medios es privado, en que, cada uno acude al espectáculo desde su casa. Los medios de comunicación ofrecen una visión de la realidad sui generis, un reflejo del mundo en el que vivimos. El espectador tiene que saber utilizar el medio con responsabilidad, evitando ser manipulado y teniendo una visión plural del mundo en el que vive.

MEDIO INFORMATIVO, MANIPULACION, AUDIENCIA, TELEVISION, LECTURA

260 BENITO, Angel

Las diferentes perspectivas de la comunicación.

En: *Cuenta y razón*. -- n.34 (Febrero, 1988) ; p.29-34
Asegura que los medios constituyen diferentes formas de comunicación que se esfuerzan por saltarse el espacio y el tiempo. Diferencia entre tres tipos de comunicación: informativa, no informativa y de presencia. Las actividades informativas son legítimas en democracia si no faltan a la verdad, se necesita un equilibrio para garantizar la buena acción pública de los medios en la sociedad.

MEDIO INFORMATIVO, SOCIEDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS, ESPACIO, TIEMPO, DEMOCRACIA

261 AUSON, Rafael

El hecho unitario de la información.

En: *Cuenta y razón*. -- n.34 (Febrero, 1988) ; p.35-41
Análisis sobre el avance de hecho información. La información en la sociedad actual es necesaria para alcanzar el éxito. Es imprescindible sin embargo informar con profesionalidad, garantizando la ética en las conductas y actuaciones. La legislación actual regula la acción informativa. La libertad informativa es necesaria en la sociedad democrática. Los abusos de esta libertad los debe impedir la sociedad atendiendo a sus derechos. Asegura que

quizá la mayor ley de Prensa sea la que no existe. El Estatuto de *Publicidad en España ha sido positivo. Las nuevas tecnologías dan universalidad a la información.*

PRENSA, INFORMACION, SOCIEDAD, ESPAÑA, LEGISLACION, ETICA, DEMOCRACIA, NUEVAS TECNOLOGIAS

262 El Instituto Nacional de la Comunicación Audiovisual en Francia.

En: Cuadernos para debate. -- n.41 (Febrero, 1988) ; p.5-9 La boga de las reposiciones pone de relieve la importancia del Instituto Nacional de Comunicación Audiovisual (INA) no sólo como custodio de archivos sino que además ello implica que tiene un papel importante como centro de investigación.

FRANCIA, INA, AUDIOVISUAL, INVESTIGACION, DOCUMENTACION

263 SOLANA, Luis

Medios de comunicación social y telecomunicaciones.

En: Cuenta y razón. -- n.34 (Febrero, 1988) ; p.17-19 Asegura que el avance de los medios de comunicación ha estado siempre estrechamente vinculado al desarrollo de las Nuevas Tecnologías. Sin embargo los de medios de comunicación generalmente pertenecen a empresas con ánimo de lucro y ofrecen una información unilateral al mayor público posible. Los sistemas democráticos necesitan una opinión pública formada no exclusivamente por los medios, donde hay mucha difusión y poca comunicación. Se necesita una sociedad mejor comunicada e informada.

MEDIO INFORMATIVO, SOCIEDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS, EMPRESA, DEMOCRACIA, INFORMACION, OPINION PUBLICA, TELECOMUNICACION

264 MARIAS, Julian

El Correo.

En: Cuenta y razón. -- n.34 (Febrero, 1988) ; p.13-16 Asegura que el deterioro en el correo ha ido creciendo en los últimos 15 años, especialmente se nota en el correo internacional y en el envío de libros. Sin embargo afirma que los periódicos y revistas enviados por avión llegan con menos irregularidad. Todo esto sucede por el aumento vertiginoso del volumen del correo en los últimos años. Correos mueve un gran capital y sin embargo poco a poco se va la moral del usuario.

CORREOS, INTERNACIONAL, LIBROS, PRENSA, CARTAS, ECONOMIA

265 OREJA, Maracelino

Hacia un espacio audiovisual europeo.

En: Cuenta y razón. -- n.34 (Febrero, 1988) ; p.7-12 La revolución audiovisual del siglo XX ha roto las fronteras y las distancias. En Europa se tiende a la creación de un espacio audiovisual europeo. El art. 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos reconoce la libertad de expresión pero además garantiza su cumplimiento en los 21 estados miembros. Los avances tecnológicos posibilitan el avance en comunicación. Se asegura, que es necesario concertar entre los estados europeos, la política de

comunicación a seguir, realizar una programación europea y una televisión sin fronteras.

REVOLUCION AUDIOVISUAL, EUROPA, LEGISLACION, CULTURA, POLITICA, NUEVAS TECNOLOGIAS, AUDIENCIA

266 ASENSI, Manuel

Una oferta global que interesó a los profesionales.

En: Cinevideo 20. -- n.43 (Junio, 1988) ; p.18-23 Resumen de los seminarios celebrados en el Forum de la Comunicación Audiovisual que se convocaron en MUNDITELE II. Se trató el mundo audiovisual desde todas las perspectivas que actualmente ofrece.

AUDIOVISUAL, MUNDITELE, CONGRESO, NUEVAS TECNOLOGIAS

267 GONZALEZ IGLESIAS, M^a Dolores.

TV pública /TV privada en USA.

En: Cinevideo 20. -- n.43 (Junio, 1988) ; p.17 Videoconferencia TV pública/TV privada. El servicio cultural e informativo de la Embajada de los Estados Unidos emite, mediante la red de televisión via satélite WORLDNET, a Europa programas de corte cultura, informativo y científico. SATELITE, TELEVISION, EUROPA, USA, WORLDNET

268 El National Geographic en el centenario de la gloria.

En: Cuadernos para debate. -- n.48 (Octubre, 1988) ; p.1-8 Explica el funcionamiento y organización del National Geographic, revista americana de geografía mundial, con motivo de su centenario. Revista que tiene una tirada de 10'5 millones de ejemplares repartidos sobre el planeta y que a partir de 1970 cambió de línea, presentando la realidad mundial con todos sus conflictos internacionales.

NATIONAL GEOGRAPHIC, REVISTA CIENTIFICA, USA, GEOGRAFIA, CENTENARIO

269 MORA, Sebastián de

EUROTELECOM 88 (Por unas telecomunicaciones europeas unificadas).

En: Cinevideo 20. -- n.43 (Junio, 1988) ; p.27 Resumen de las Segundas Jornadas de Encuentro y Exposición de las Telecomunicaciones Europeas, celebradas en Madrid durante los días 17-20 de mayo de 1988. Uno de los debates más importantes fue el que trató los temas de la coordinación de políticas, investigación y desarrollo de las telecomunicaciones europeas como forma de competir con Japón y EEUU en el futuro.

TELECOMUNICACION, EUROPA, JAPON, USA, CONGRESO

270 La formación periodística en Polonia.

En: Cuadernos para debate. -- n. 48 (Octubre, 1988) ; p. 9-17 Explica el estado actual de los periodistas en Polonia, la lucha entre el deber de informar y las presiones por parte del partido al cual tienen que servir. Explica la formación clandestina periodística hasta 1945 y después de este año, ya sometida al Partido Comunista. Se explica la función de los centros especializados en la formación periodística, y en especial las universidades.

PERIODISMO, POLONIA, FORMACION

- 271 Prensa periódica en Holanda, Dinamarca, Portugal, Gran Bretaña, Argentina y México.
En: Cuadernos para debate. -- n. 40 (Enero, 1988); p. 1-24
Información de la situación de la prensa diaria en algunos países europeos y americanos. Se presentan cuadros-resumen ordenados por títulos, fecha de fundación, tipo, tirada, propiedad y características de los principales diarios.
PRENSA, TIRADA, HOLANDA, DINAMARCA, PORTUGAL, GRAN BRETAÑA, ARGENTINA, MEXICO
- 272 Medios de comunicación social en Japón.
En: Cuadernos para debate. -- n. 40 (Enero, 1988); p. 35-45
Estudio sobre la evolución de cada uno de los distintos medios de comunicación en Japón, sus características sociales (alta densidad demográfica, concentración urbana). Analiza la difusión de la prensa, niveles de audiencia de televisión y radio, asistencia al cine, etc, y estadísticas sobre el contenido de los citados medios.
SOCIEDAD, JAPON, PRENSA, TELEVISION, RADIO, LIBRO, CINE, MEDIO INFORMATIVO, CONTENIDO
- 273 La herencia de Springer.
En: Cuadernos para debate. -- n. 46 (Julio-Agosto, 1988); p. 10-16
En septiembre de 1985 moría Axel Springer, fundador de uno de los mayores imperios periodísticos de Europa, Springer, S.A., y una de las personas más influyentes de Alemania. A su muerte, se inicia la pugna por el control de su empresa, entre su viuda, sus hijos, los hermanos Burda y Leo Kirch.
SPRINGER, PERIODISMO, RFA, EMPRESA INFORMATIVA
- 274 Estados Unidos: auge del español en medios y publicidad.
En: Cuadernos para debate. -- n. 46 (Julio-Agosto, 1988); p. 17-23
Cada vez son más los medios de comunicación estadounidenses que transmiten en español, dado el crecimiento constante de la población hispana en Estados Unidos. Los anunciantes también aprovechan el mercado potencial hispano para colocar sus productos.
MEDIO INFORMATIVO, USA, ESPAÑOL, PUBLICIDAD, IDIOMA
- 275 Radio y televisión en Estados Unidos, Francia, Italia y Portugal.
En: Cuadernos para debate. -- n. 47 (Septiembre, 1988); p. 1-23
Trabajo basado en los datos recopilados por las distintas Consejerías de Información y que aborda la situación actual de la radio y la televisión en Estados Unidos, Francia, Italia y Portugal.
RADIO, TELEVISION, USA, FRANCIA, ITALIA, PORTUGAL
- 276 Propaganda y comunicación: su importancia e influencias.
En: Cuadernos para debate. -- n. 46 (Julio-Agosto, 1988); p. 24-44
Varios libros recientes demuestran un renacimiento del interés sobre el papel de la propaganda como herramienta para la persuasión de las masas, y relacionan sus utilizaciones políticas a lo largo de la historia con la preocupación moderna sobre la opinión pública y la publicidad.
PROPAGANDA, POLITICA, HISTORIA, OPINION PUBLICA, PUBLICIDAD
- 277 Radio y televisión en México.
En: Cuadernos para debate. -- n. 46 (Julio-Agosto, 1988); p. 1-36
Informe sobre la radio y la televisión en México. La situación de la televisión en México es muy compleja, con un gran número de estaciones repartidas en todo el país. Respecto a la radio, la mayoría de las estaciones son privadas.
RADIO, TELEVISION PRIVADA, MEXICO
- 278 La gran internacionalización de Hachette.
En: Cuadernos para debate. -- n. 47 (Septiembre, 1988); p. 13-21
Hachette, primer impresor francés, se ha propulsado en muy poco tiempo hacia el mercado mundial de la comunicación, a través de Estados Unidos, donde se ha asociado con Grollier, gran empresa de enciclopedias populares y libros educativos, y con Dimandis, importante sector de la prensa americana. También ha adquirido participaciones en las ediciones Martinsart y en la editora Salvat.
HACHETTE, LIBRO, USA, CROLIER, DIMANDIS, MARTINSART, SALVAR, EMPRESA INFORMATIVA, ENCICLOPEDIAS
- 279 Enfrentamiento entre el primer y cuarto poder en Italia.
En: Cuadernos para debate. -- n. 41 (Febrero, 1988); p. 1-4
Los partidos políticos italianos acusan a los editorialistas de haber fomentado la abstención en el último referendun, pero la prensa se defiende alegando que no le incumbe.
ITALIA, PRENSA, ELECCIONES, PARTIDOS POLITICOS, ABSTENCION, CAMPAÑA
- 280 Los medios de comunicación en Italia en 1987: informe general.
En: Cuadernos para debate. -- n. 41 (Febrero, 1988); p. 10-22
Informe sobre los medios de comunicación social italianos, con datos y promedios sobre la difusión y tirada realizado por la Consejería de Información en Roma. Analiza las modificaciones introducidas en la nueva Ley de Prensa; trata también de las ayudas a la Prensa, su supresión y la subsistencia de otras, y los créditos.
ITALIA, TIRADA, SUBVENCION, PRNSA, LEGISLACION
- 281 Moderado avance de la televisión en relieve.
En: Cuadernos para debate. -- n. 40 (Enero, 1988); p. 29-34
Desarrollo de sistemas de televisión en relieve. Los técnicos basan sus esperanzas en la holografía, pero ello no será antes del año 2000. Mientras, la televisión explotará los sistemas de gafas y tramas.
TELEVISION, NUEVAS TECNOLOGIAS, RELIEVE, HOLOGRAFIA
- 282 CORBELLA, Joan M.
La comunicació social a Catalunya: panorama general als anys vuitanta.

Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 1988. -- 63 p.

Tras exponer el contexto político, económico y social de Cataluña, describe la situación de la prensa, radio, televisión, edición, empresa discográfica, cinematografía, video, publicidad y telecomunicaciones.

PRENSA, RADIO, TELEVISION, EDICION, EDICION MUSICAL, CINE, VIDEO, PUBLICIDAD, TELECOMUNICACIONES, CATALUÑA

283 GAMELLA, Manuel

Nuevas formas de promoción para la industria española.

Madrid: Fundesco, 1988 (Los libros de Fundesco: Colección Estudios, Documentos).

Partiendo de una encuesta encargada por Fundesco y realizada por los agentes sociales que en España están potencialmente implicados en el desarrollo de los parques tecnológicos se aporta un análisis documentado y detallado de la naturaleza y características de estos parques.

PARQUE TECNOLOGICO, NUEVA TECNOLOGIA, SOCIEDAD, EMPRESA, INNOVACION, INDUSTRIA, ESPAÑA

284 Informe de publicaciones periódicas.

Barcelona: Disep, 1988. -- 422 p.

Publicaciones periódicas españolas: título, editor, periodicidad, día de salida, idioma, precio, director, contenido temático, formatos, tarifas de publicidad, tirada, difusión y distribución geográfica. Más índices de títulos y materias.

ESPAÑA, INFORME, PRENSA

285 Los Canales se desbordan.

En: Campaña. -- n. 337 (16-31 octubre, 1988); p. 36-39

Transformación del panorama televisivo europeo. Puesta en marcha del satélite Astra 9-12-88, con capital privado. Nuevos canales y ampliación de mercado. Comienzo de la Europa sin fronteras comunicativas. Otros canales de televisión apuestan por otros satélites como Super Channel. Desarrollo de los equipos técnicos necesarios para la recepción de señales via satélite. Muestra de crecimiento de la inversión en televisión en Europa Occidental.

TELEVISION, SATELITE, EUROPA, INVERSION

286 El big-bang de las revistas.

En: Campaña. -- n. 337 (16-31 octubre, 1988); p. 40-43

Seminario de AEDEMO, tema: La investigación de audiencia de medios impresos. Exposiciones: Explosión de medios impresos en los años 70, multiplicación de títulos. Carlos Pelayo explica este big-bang con la entrada de capital multinacional y el crecimiento económico. La investigación de la audiencia de revistas se explica con 3 modelos: el de Belson (países europeos), Madelo A través del soporte con menor audiencia que el anterior y el Ayer primer día (FTY) > muestra en tamaño y composición día a día. Explicación de cómo se mide la audiencia en España.

REVISTAS, ECONOMIA, AUDIENCIA, EUROPA, ESPAÑA, DIFUSION

287 Creatividad a media máquina.

En: Campaña. -- n. 337 (16-31 octubre, 1988); p. 48-52

Características publicitarias en prensa escrita. Importancia del usuario al que se dirige el diario o revista. Creatividad y sensualidad en la fotografía. Eslogan corto y convincente. La publicidad televisiva: bajo nivel de creatividad, mayor importancia a la comunicación de los spots. El arte fotográfico en prensa habla sin palabras.

PUBLICIDAD, PRENSA, TELEVISION, CREATIVIDAD, FOTOGRAFIA

288 IGLESIAS, Francisco y VERDEJA, Sam

Marketing y gestión de periódicos.

Pamplona: EUNSA, 1988. -- 250 p.

Planificación estratégica, nuevas tendencias y fórmulas, organización de la promoción, la difusión, gestión de publicidad de la prensa diaria.

MARKETING, GESTION, DIARIOS, PUBLICIDAD

289 La televisión china: segunda revolución cultural.

En: Cuadernos para debate. -- n. 40 (Enero, 1988); p. 25-28

La televisión pública china, pese a su falta de medios y presupuestos aumenta considerablemente su número de receptores. Ahora el modelo occidental hace su entrada con ímpetu.

TELEVISION, CHINA, AUDIENCIA

290 El boom de los semanarios.

En: Cuadernos para debate. -- n. 40 (Enero, 1988); p. 1-13

Gran número de periódicos de difusión nacional europeos y estadounidenses han lanzado al mercado sus semanarios, consolidando la posición de la edición diaria en el mercado. Son un importante soporte publicitario y gozan de gran aceptación entre el público: Italia, USA, RFA, Francia y Gran Bretaña.

REVISTA, PRENSA, INTERNACIONAL, SEMANARIO, EUROPA, USA

291 Los nuevos medios en la RFA.

En: Cuadernos para debate. -- n. 40 (Enero, 1988); p. 14-24

La comunicación comercial se está implantando en el mercado germano occidental, nomopolizado por el Estado. Nuevas leues federales regulan la entrada de la televisión privada, adaptada a las nuevas tecnologías. Intereses partidistas en la televisión. Normativa publicitaria.

TELEVISION PRIVADA, POLITICA INFORMATIVA, RFA, NUEVAS TECNOLOGIAS

292 El fracaso de la Mc Televisión.

En: Nuestro Tiempo. -- n. 413 (Noviembre, 1988); p. 27

Exposición de las causas del fracaso financiero que supone la versión televisiva de USA TODAY. Se limita a ser una publicidad televisiva del diario y no sacia la sed informativa del espectador. Se le presume corta vida.

TELEVISION, USA TODAY, USA, 1988, SENSACIONALISMO, INFORMATIVOS

293 Periodismo de calidad.

En: Nuestro Tiempo. -- n. 408 (Junio, 1988); p. 82-85

Resumen del Seminario Internacional sobre Periodismo de Calidad organizado por Antiguos Alumnos en Madrid de la Facultad de CC. Información en Navarra. Los temas del

Seminario giran alrededor de la calidad en la formación y profesionalidad de los periodistas, la redacción de las noticias y la incorporación de nuevas tecnologías de la información en mesas redondas y ponencias a nivel internacional.

INFORMACION, ETICA, PERIODISMO, CALIDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS

294 Ley de Televisión Privada.

En: Cinevídeo 20. -- n. 42 (Mayo, 1988); p. 42-46 Incluye la legislación completa sobre televisión privada de mayo de 1988 en 4 capítulos y 26 artículos, más 2 disposiciones adicionales. En esa fecha quedaba pendiente el Plan Técnico para Televisión Privada.

LEGISLACION, TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA

295 ¿Quién conoce al consumidor europeo?.

En: Campaña. -- n. 335 (16-30 noviembre, 1988); p. 68-69 Resumen de la Jornada sobre Marketing Promocional en la Europa del 92 celebrada en octubre. Diecinueve empresas españolas participaron en la jornada que puso de relieve la necesidad de conocer al consumidor europeo y adoptar las mejores técnicas de promoción publicitaria hacia el mercado único de 1992.

PUBLICIDAD, MERCADO, EUROPA, CONSUMIDOR, CEE, MARKETING

296 PEREZ, Miguel A.

Las estructuras de la publicidad están cambiando: el anunciante.

En: Campaña. -- n. 335 (16-30 noviembre, 1988); p. 59-64 Exposición sobre la nueva mentalidad publicitaria en España, desde la agencia de publicidad o el departamento de la empresa en general. Según el autor hay una evolución notable en la filosofía del anunciante, en la eficacia y economía de la publicidad y se incluyen los factores principales.

PUBLICIDAD, ECONOMIA, AGENCIA, EMPRESA, ANUNCIANTE

297 HEREDERO, Carlos F.

Billy Wilder, un vienés en Hollywood (2).

En: Dirigido por. -- n. 156 (Marzo, 1988); p. 31-45 Concluye la presentación de Wilder en sus producciones, su crítica hacia los mitos de Hollywood y el objetivo último de sus trabajos. Se completa con un índice técnico de todas sus producciones.

WILDER, Billy, CINE, USA, HISTORIA, HOLLYWOOD, BIOGRAFIA

298 HEREDERO, Carlos F.

Billy Wilder, un vienés en Hollywood.

En: Dirigido por. -- n. 155 (Febrero, 1988); p. 31-51 Presentación personal y actual del cineasta Billy Wilder, con motivo del homenaje recibido en Hollywood a los 80 años de edad. Se recogen sus datos personales, su recorrido profesional y las fotografías de sus películas más reseñadas. Presenta las facetas del cineasta como guionista y director a la vez que sus manías y estilos cinematográficos.

WILDER, Billy, CINE, BIOGRAFIA, USA, HISTORIA, HOLLYWOOD

299 De la cultura corporativa a la imagen de empresa.

En: Control. -- n. 306 (Febrero, 1988); p. 54-64 Publicación del resultado de sendas mesas redondas en Barcelona y Madrid con representantes de publicidad, marketing y comunicaciones, sobre la imagen de empresa como resultante de un proceso de comunicación global en el que se utilizan técnicas como relaciones públicas, publicidad, sponsoring, promoción, etc. y sobre el papel del integrador.

PUBLICIDAD, COMUNICACION, EMPRESA, CULTURA, IMAGEN CORPORATIVA

300 GINER, Juan Antonio

El futuro de la prensa, y la prensa del futuro.

En: Nuestro Tiempo. -- n. 403/4 (Enero-Febrero, 1988); p. 27-57 Historia del avance tecnológico en las comunicaciones. Estudia el cambio de los medios, el paso del blanco y negro al color en los periódicos, la influencia de la publicidad y la adopción de nuevos lenguajes, motivados por la televisión. Hace un análisis de las nuevas empresas informativas, y sus objetivos, basados cada vez más en un público especializado, así como de las políticas reinantes en cada momento y el mercado real, con eliminación de fronteras.

NUEVAS TECNOLOGIAS, MEDIO INFORMATIVO, PRENSA, HISTORIA

301 Rupert Murdoch o la pasión de comprar.

En: Anuncios. -- n. 351 (19-25 septiembre, 1988); p. 5 Rupert Murdoch es quizás quien, de momento, concentra el mayor imperio de comunicación reunido en unas solas manos.

MURDOCH, Rupert, EMPRESA INFORMATIVA

302 Diez películas entre los veinte soportes más vistos del mes.

En: Anuncios. -- n. 334 (18-24 abril, 1988); p. 22 La mitad del ranking de los primeros 20 soportes de televisión por audiencia en el mes de marzo de 1988 son películas de cine, el resto, cinco programas en directo y una serie. Además: ranking de retransmisiones deportivas, marzo; audiencia acumulada de

los programas más vistos, primer trimestre.

TELEVISION, ESPAÑA, CINE, AUDIENCIA

303 La audiencia de los programas más vistos de TVE descendió notablemente en agosto.

En: Anuncios. -- n. 351 (19-25 septiembre, 1988); p. 14 Según el ranking de Ecotel, la audiencia de los programas más vistos de TVE descendió notablemente durante el mes de agosto, en comparación con el mes precedente.

AUDIENCIA, TELEVISION, ESPAÑA

304 Los españoles vieron 32 spots diarios en 1987.

En: Anuncios. -- n. 352 (26 septiembre-2 octubre, 1988); p. 16 Según el informe anual de McCann, que por primera vez incluye datos de todas las televisiones, los españoles estuvieron sometidos durante 1987 a una presión publicitaria equivalente a 32,19 spots diarios.

ESPAÑA, PUBLICIDAD, TELEVISION, AUDIENCIA

305 Robert Maxwell y su mundo unido por la palabra.

En: Anuncios. -- n. 352 (26 sept.-2 oct., 1988); p. 5 Robert Maxwell posee uno de los mayores imperios de comunicación del mundo y asegura que su empresa será una de las 10 que sobrevivan en los 90 en el mercado de la comunicación.

MAXWELL, Robert, EMPRESA INFORMATIVA

306 Financial Times y Time, los medios impresos internacionales más leídos por los ejecutivos europeos.

En: Anuncios. -- n. 354 (10-16 octubre, 1988); p. 6 Según el último sondeo paneuropeo de medios internacionales, el diario económico Financial Times y el semanario Time son los dos medios de difusión internacional más leídos por los ejecutivos europeos.

FINANCIAL_TIMES, TIME, DIFUSION, PRENSA, ECONOMIA

307 50 creativos al borde de un ataque de nervios.

En: Anuncios. -- n. 355 (17-23 octubre, 1988); p. 26-27 La campaña antidroga de la FAD comenzará a finales de octubre una nueva fase en la que aumentará sus acciones en España. Sólo hay una campaña, pero los creativos tenían más. Mientras, la aparición en medios ha sufrido sucesivos retrasos.

CAMPAÑA, ESPAÑA, PUBLICIDAD, DROGA

308 Televisión supera ampliamente a diarios en inversión publicitaria.

En: Anuncios. -- 355 (17-23 octubre, 1988); p. 22-23 Análisis de la inversión publicitaria hecha por televisión durante los seis primeros meses del año, que supera ampliamente a la realizada por los diarios, según el adelanto del estudio de inversión de la Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP).

INVERSION, PUBLICIDAD, TELEVISION, PRENSA

309 Buen resultado de audiencia de las emisiones de los Juegos Olímpicos.

En: Anuncios. -- n. 355 (17-23 octubre, 1988); p. 20 Siete de los programas dedicados a las pasadas Olimpiadas de Seúl emitidos por TV-2 en septiembre, lograron situarse dentro del ranking de los 30 soportes más vistos, inmediatamente detrás del bloque de películas de martes y viernes, y de Juegos sin fronteras.

OLIMPIADAS, AUDIENCIA, TELEVISION, TVE, DEPORTES

310 Seminario sobre Urbanismo y Publicidad de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

En: Anuncios. -- n. 357 (31 oct.-6 nov. 1988); p. 28-29 Urbanismo y publicidad están y han estado a lo largo de los tiempos unidos. Comentario de las ponencias del arquitecto Angel Fernández Alba y del diseñador Alberto Corazón.

URBANISMO, PUBLICIDAD, DISEÑO

311 SARRO, Rafael

Cine y publicidad.

En: Anuncios. -- n. 357 (31 oct.-6 nov., 1988); p. 7-8 El cine

es espectáculo y el cine publicitario es comunicación. El primero es diversión, relato, cultura; el segundo es anuncio, captación, venta. El cine publicitario ha influido en el cine no sólo por su concepción del mensaje, sino también por la expresividad con la que utiliza los recursos cinematográficos. La publicidad debe al cine su lenguaje en ese medio.

CINE, PUBLICIDAD, INFLUENCIA, LENGUAJE, MONTAJE

312 Cara nueva para un banco bicéfalo.

En: Anuncios. -- n. 358 (24-30 octubre, 1988); p. 10-11 Análisis de la creación de la identidad corporativa del Banco Bilbao Vizcaya, obra principalmente de ANC.

PUBLICIDAD, BANCA, IDENTIDAD CORPORATIVA

313 La radio incrementó su inversión por el aumento de tarifas.

En: Anuncios. -- n. 348 (25-31 julio, 1988); p. 12 El medio radio aumentó su inversión publicitaria en 1987 un 21,3 % respecto al año anterior, hasta alcanzar una cifra de 49.600 millones de pesetas.

RADIO, INVERSION, PUBLICIDAD

314 LEMA, Carlos

El mundo de la publicidad aún no se ha percatado de la trascendencia de la Ley de Propiedad Intelectual.

En: Anuncios. -- n. 322 (18-24 enero, 1988); p. 6 Análisis de la Ley de Propiedad Intelectual/87 en lo que concierne a la actividad publicitaria. Problemas de la cesión de derechos de autor a la empresa anunciante.

PROPIEDAD INTELECTUAL, LEGISLACION, PUBLICIDAD

315 EGM, tercera ola de 1987.

En: Anuncios. -- n. 323 (25-31 enero, 1988); p. 13-15 Análisis de los datos de la tercera ola de EGM de 1987. Respecto de la ola anterior se aprecia: un incremento en diarios y suplementos somniferos, aumento de audiencia de ETB2 respecto de ETB1, recuperación de las revistas y en las radios ascenso de Antena 3.

AUDIENCIA, PRENSA DIFUSION, REVISTAS, TELEVISION, RADIO

316 Diarios y suplementos salen del bache.

En: Anuncios. -- n. 323 (25-31 enero, 1988); p. 13 Análisis de los datos de la tercera ola de EGM de 1987 en donde se ofrecía un incremento en los diarios y suplementos dominicales respecto de la ola anterior en 1987.

AUDIENCIA, RADIO, TELEVISION, PRENSA, SUPLEMENTOS, REVISTAS, DIFUSION

317 Titulados en teoría, inexpertos en la práctica.

En: Anuncios. -- n. 323 (25-31 enero, 1988); p. 10-11 Masificación del alumnado, ausencia de clases prácticas, falta de recursos materiales y humanos y otros problemas de la rama de Publicidad de la Facultad de CC. Información, de la Universidad Complutense de Madrid.

PUBLICIDAD, FORMACION, UNIVERSIDAD, FACULTAD

318 MACIA MERCADE, Juan

Medios de comunicación colectivos y culturales.

En: Anuncios. -- n. 325 (8-14 febrero, 1988) ;

Encuesta realizada por los alumnos de 4. de Periodismo del CEU, sobre el mismo equipo encuestador y una muestra de personas de su entorno. Versa sobre el índice de lectura de prensa y preferencias referentes a televisión, cine, teatro, radio, publicidad.

Resultados y conclusiones.

MEDIOS DE COMUNICACION, MADRID, CULTURA, LENGUA, ENCUESTA

319 Pocas novedades en las nuevas normas de publicidad de TVE.

En: Anuncios. -- n. 324 (1-7 febrero, 1988) ; p. 8-9
Comentario y texto completo de las normas. Los cambios que introducen las nuevas normas sólo afectan a aspectos concretos del articulado, como los referidos a publicidad infantil, financiera, bancaria, y de viviendas.

PUBLICIDAD, NORMATIVA, TELEVISION, ESPAÑA, LEGISLACION, TVE

320 EGM, tercera ola de 1987.

En: Anuncios. -- n. 325 (8-14 febrero, 1988) ; p. 5
El diario El País consigue en la ola octubre-noviembre sus primeros resultados positivos (1,55 millones) desde enero-febrero 1986 (1,8 millones), tras alcanzar su cota más baja de los últimos años en mayo-junio de 1987 (1,34 millones). Tanto El País, como El País Semanal (2,97 millones) se sitúan a la cabeza del ranking de audiencia.

PRENSA, SUPLEMENTOS, DIFUSION, ESPAÑA, EL PAIS

321 OJD, incremento de difusión de Tele Indiscreta.

En: Anuncios. -- n. 327 (22-28 febrero, 1988) ; p. 20
Análisis de los resultados del control de OJD durante el período 86-87 para revistas españolas.

REVISTAS, DIFUSION

322 Graffiti.

En: Anuncios. -- n. 327 (22-28 febrero, 1988) ; p. 22-23
Definición e historia del graffiti. Aspectos ideológicos, políticos, marginales, estéticos y publicitarios. Graffiti de los últimos años en Madrid especialmente. Muelle y Bleck.

GRAFFITIS, HISTORIA, ESPAÑA

323 PARTEARROYO, Tony

Ridley Scott. ¿Ilustrador o creador de mundos?.

En: Dirigido por. -- n. 160 (Julio-Agosto, 1988) ;

1ª parte de la biografía de Ridley Scott, el criticado y discutido cineasta británico. Análisis de su filmografía. Su ascenso del mundo de la decoración a la gran pantalla. Su trabajo hasta 1969.

SCOTT, Ridley; -- GRAN BRETAÑA; -- CINE; FILMOGRAFIA, BIOGRAFIA

324 Ennio Morricone: yo escribo mi música y espero que otros la definan.

En: Dirigido por. -- n. 160. (Julio-Agosto. 1988) ; p. 40-42.

Entrevista al músico Ennio Morricone durante su estancia en Sevilla, con motivo del II Encuentro Internacional de Música de Cine.

MORRICONE, Ennio, CINE, MUSICA, BANDA SONORA.

325 LOPEZ, Manuel.

Las Cortes reconocen el trabajo de Foto.

En: Foto profesional. -- n. 63. (Marzo 1988) ; p. 85-86.

Comentario sobre la Ley de Propiedad Intelectual en la que se reconocen los derechos de los fotógrafos.

FOTOGRAFIA, LEGISLACION, ESPAÑA, PROPIEDAD INTELECTUAL.

326 GRANGER, Jose Ramón.

Los flujos de información en España.

En: Medios audiovisuales. -- n. 161. (Octubre 1988.) ;

Estudio realizado por FUNDESCO, y que recoge el autor, cuyo objetivo es valorar y comparar el volumen de información que circula anualmente en el país por los distintos medios de comunicación.

INFORMACION, MEDIOS DE COMUNICACION, CONSUMO, OFERTA, ESPAÑA, FLUJO.

327 ARREDONDO R, PABLO.

La TV Mexicana en EEUU: ¿extinción o reconversión?

En: Medios audiovisuales. -- n. 162. (Noviembre-Diciembre 1988.) ;

Análisis de los cambios recientes de la Televisión Mexicana, TELEVISA, cuarta cadena del panorama televisivo en Estados Unidos para la comunidad latina y sus necesidades específicas dentro del abanico de población americana.

TELEVISA, TELEVISION, MEXICO, EVOLUCION.

328 MALLAS CASAS, Santiago.

La Guerra de las ondas.

En: Medios audiovisuales. -- n. 161. (Octubre 1988.) ;

Reflexión sobre la TV en España y la polémica que se abrió a raíz de la Ley de Televisión Privada, según la cual además de limitar los canales, la titularidad de los entes corresponde al Estado.

TELEVISION, ESPAÑA, TV PRIVADA.

329 ALCARAZ, Juan José.

Televisión privada en España: ¿Para quién será la mano de Doña Leonor?.

En: Medios audiovisuales. -- n. 162. (Enero 1988) ; p. 4-5.

Artículo sobre la TV privada en España. Explica quienes son los aspirantes y los aspectos fundamentales del proyecto, así como sus limitaciones. Hace una historia de las gestiones que se han realizado en España para instaurar cadenas independientes de Televisión.

TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA, PROYECTO, EMPRESA.

330 DEL HOYO, Jaime.

La piratería radiofónica cuenta en España con casi medio millar de emisoras ilegales.

En: Medios audiovisuales. -- n. 159. (Abril-junio 1988); p. 30-33.

Estudio sobre las emisoras ilegales de radio que actualmente existen en España y que son cerca de medio millar. Existe poca eficacia administrativa a la hora de cerrar éstas emisoras, y sólo se cierran aquellas que contienen publicidad. Para luchar contra ésta piratería, se ha creado un equipo jurídico permanente que engloba a cuatrocientas emisoras.

RADIO, PIRATERIA, ESPAÑA.

331 SORBETS, Claude.

Las nuevas condiciones del mercado de información local. En: Telos. -- n. 12. (Primer trimestre 1988); p. 23-33.

Presenta la evolución de la comunicación a partir del ejemplo de prensa francesa y las consecuencias de la implantación de Nuevas Tecnologías. Analiza la competencia, concentración y publicidad empresarial que ha configurado el panorama informativo de la última década en Francia. Incluye referencias legislativas sobre medios y los problemas derivados de esta nueva ordenación.

FRANCIA, MEDIOS DE COMUNICACION, LEGISLACION, INFORMACION LOCAL.

332 RODRIGUEZ SANCHEZ, Jesús.

Luz y Volumen.

En: Arte Fotográfico. -- n. 436. (Abril 1988); p. 351-358.

Explicación de el tipo de fotografía que realiza Jorge Brichette, el cual intenta que haya una sintonía entre el personaje y el ambiente que le es habitual. La luz es su principal fuente de trabajo, destacando con ella las cabezas y los torsos de los modelos, los cuales dominan la estructura compositiva. Ilustra el artículo con varias fotografías realizadas por el autor.

FOTOGRAFIA, BRICHETTE, Jorge, AMBIENTE, LUMINOSIDAD, TECNICA.

333 AGUILERA MOYANO, Miguel de.

Las relaciones entre la comunicación y el consumo: un objeto de estudio.

En: Comunicación y consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 15-27.

Analiza la comunicación y el consumo considerandolos fenómenos constitutivos e inseparables de la vida humana en la sociedad actual que tiene sus orígenes en la sociedad industrial.

CONSUMO, COMUNICACION, SOCIEDAD.

334 GRACIA SANZ, Jesús.

El papel de los medios de comunicación en las relaciones de producción-consumo y su influencia en el comportamiento del consumidor.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 31-38.

Analiza el papel de la información en el intercambio económico, tanto sobre la producción, como sobre el consumo. Los productores utilizan el marketing y la publicidad para crear la demanda, mientras que los

consumidores esperan que los Medios de Comunicación les den información que cualifiquen la demanda.

MEDIOS DE COMUNICACION, CONSUMO, PUBLICIDAD, MARKETING, POSICIONAMIENTO.

335 SANZ GORRITI, Iosu.

La información sobre consumo en la prensa.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 39-46.

Describe la situación actual de la información sobre consumo en la prensa española, analizando en profundidad la revista EROSKI y enumerando el resto de revistas especializadas y la presencia escasa del consumo como tema informativo a los medios escritos no especializados. Estudia también el análisis comparativo como factor diferencial de la información sobre consumo y las perspectivas de futuro del sector.

CONSUMO, COMUNICACION, ESPAÑA, PRENSA, REVISTAS, ANALISIS COMPARATIVO.

336 FUENTES DEL REAL, Pedro Antonio.

La información sobre consumo en la radio.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 47-49.

Nota breve sobre la escasa presencia del consumo como tema informativo a las emisoras de radio de Castilla-La Mancha.

CONSUMO, RADIO, CASTILLA-LA MANCHA.

337 ESPIN MARTIN, Manuel.

Perspectivas sobre la relación Medios-Usuarios en el ámbito de la comunicación audiovisual.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 51-58.

El declive de la comunicación interpersonal como fuente de información lleva a definir a los medios de comunicación como principal punto de atención a las demandas informativas del ser humano, por lo que constituyen un elemento fundamental para recibir una visión del mundo y de la realidad de las cosas; por lo que es necesario que se establezca una dinámica fluida que ayude a la intercomunicación entre emisores y receptores, por encima de intereses económicos o ideológicos.

MEDIO INFORMATIVO, COMUNICACION, AUDIENCIA, EMISOR, RECEPTOR.

338 MONAR RUBIA, Fernando.

La administración y la información sobre consumo.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 61-67.

La información en la Administración, y por lo tanto con aplicación al área de consumo, debe partir de un amplio debate para el establecimiento de un marco de actuación pluridireccional, debe desarrollarse de forma profesional, recurriendo a los medios más modernos, asegurando y fomentando la participación del ciudadano en estos

procesos, y sin perder el sentido de servicio de esta tarea.
CONSUMO, SOCIEDAD, ADMINISTRACION, COMUNICACION.

339 ALEJANDRE CASADO, Angelino.

Las entidades locales y la información sobre consumo. El papel de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 69-74.

Tras exponer brevemente algunas claves históricas sobre la génesis de la información sobre consumo, analiza las competencias y servicios de las entidades locales en esta materia y el papel de los OMIC.

CONSUMO, ADMINISTRACION LOCAL, LEGISLACION, OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACION AL CONSUMIDOR.

340 GOMEZ CASTALLO, José Domingo.

Los consumidores y la información sobre consumo.

En: Comunicación y consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 75-79.

Perspectiva de la información sobre consumo desde la unión de consumidores de España.

CONSUMO, INFORMACION, ESPAÑA.

341 PIÑUEL, Jose Luis.

Producción, publicidad y consumo. La reproducción de los sistemas de producción, de comunicación, de consumo a través de la publicidad.

En: Comunicación y Consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- P. 83-93.

Tras analizar la relación entre sistemas de producción y de consumo y su reproducción y el mercado, se centre en el estudio de la publicidad que, además de servir al sistema de mercado, constituye una actividad económica específica. Señala también algunas de las características y consecuencias de la publicidad en relación con los consumidores.

PUBLICIDAD, CONSUMO, PRODUCCION, MARKETING.

342 SANTAMARINA VACCARI, Cristina.

El lugar fundamental de los medios de comunicación en la sociedad de consumo.

En: Comunicación y consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- p. 95-100.

A partir de una particular caracterización de los medios analiza la relación establecida entre la audiencia y el medio basada en lo que denomina máxima patificación y concluye definiendo la cultura actual como la propia de lo fugaz, lo difuso, que se basaría en la difusión de mensajes y los medios de comunicación que serían a su vez, los presentasen, representasen, e impusiesen la realidad.

MEDIO, INFORMATIVO, SOCIEDAD, AUDIENCIA, CONSUMO.

343 CASTILLO CASTILLO, José.

Cuando el consumo es noticia.

En: Comunicación y consumo: las prácticas, las fuentes y los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- P.101-108.

Establece un esquema historiográfico relativo a la evolución reciente de la sociedad española sobre la base de las sucesivas ideologías sobre consumo: nacimiento de la idea de consumo (1960-70), nacimiento de la idea del consumidor rebelde (1970-75), nacimiento de los hijos de la sociedad de consumo (1975-1980), consolidación de la sociedad de consumo (1980-85).

CONSUMO, INFORMACION, SOCIEDAD, HISTORIA.

344 DIAZ HERNANDEZ, Carlos.

Perfil antropológico del Homo Consumens.

En: Comunicación y consumo: las prácticas, las fuentes, los referentes. -- Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1988. -- P. 109-118.

El hombre posee una doble naturaleza; la primera le mueve a consumir, es decir, a destruir, y la segunda le mueve a crear. Esta distinción se plasma en la existencia de sociedades, y culturas predominantemente creadoras o consumidoras. A partir de aquí establece la diferencia entre consumo y consumismo (consumo innecesario), siendo este último característica de la sociedad capitalista.

CONSUMO, CONSUMIDOR, SOCIEDAD, CAPITALISMO.

345 GUMPert, Gory and CATHART, Robert

Estereotipación en los medios: presentación del extranjero. Barcelona, Julio 1988. -- P. 500-520.

XVI Congreso AIERI ESTEREOTIPO, CULTURA, COMUNICACION, MODELO, TELEVISION, PSICOLOGIA.

346 TAYIF, Samy.

Influencia de los medios de comunicación en la formación de imágenes de jóvenes egipcios, de extranjeros y otros países.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 521-548 XVI Congreso de AIERI INFLUENCIA, PSICOLOGIA, IMAGEN, EGIPTO, JUVENTUD MEDIO INFORMATIVO, SOCIALIZACION.

347 TAKEUCHI, Ikso; IKEDA, K. and GOTO, M.

Medios de comunicación y comportamiento de voto en las elecciones de 1986 en Japón.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 549-573.

XVI Congreso AIERI MEDIO INFORMATIVO, CONTENIDO, POLITICA, AUDIENCIA, ELECCION.

348 BONSBACH, Wolfgang.

Factores de Influencia en la exposición al contenido político de los medios.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 574-609 XVI Congreso AIERI MEDIO INFORMATIVO, CONTENIDO, POLITICA, AUDIENCIA, SELECCION.

349 WANG, Wolfgang

Practica cambiante en política de cambio: desarrollo de los medios de Comunicación en China.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 610-622 XVI Congreso AIERI MEDIO INFORMATIVO, CHINA, COMUNISMO, POLITICA.

350 SANCHEZ GUZMAN, Ramón.

Domina la comunicación.

En: IP MARK. -- N. 315. (15-30 Septiembre 1988); p. 38-41.

Analiza los fundamentos del márketing, y dice que la comunicación comercial es un arma imprescindible para la actuación de la empresa en los mercados con fuerte competencia. Además, es un instrumento básico para la toma de decisiones, haciendo programas comunicativos que estructuren adecuadamente las relaciones de la empresa con sus mercados.

MARKETING, COMUNICACION, EMPRESA, MERCADO.

351 Fuerte crecimiento en prensa diaria y revistas.

En: IP MARK. -- n. 315. (15-30 septiembre 1988); p. 44-56.

Estudio de la inversión publicitaria que se ha hecho durante el año 1987 en prensa diaria y revistas. Llega a la conclusión de un fuerte incremento en el número de páginas ocupadas por publicidad y de la saturación. Incorpora cuadros estadísticos.

PUBLICIDAD, PRENSA, MEDIOS INFORMATIVOS, INVERSION.

352 SAMPER, Eduardor.

Dos cabalgan juntos.

En: IP MARK. -- . 320. (1-15 diciembre 1988); p. 22-24.

Del 3 al 5 de noviembre de 1988 se celebró el Seminario sobre cine y publicidad en Cuenca. Este artículo hace un resumen de los temas tratados en la segunda parte del ciclo de Seminarios que la Universidad Menéndez Pelayo y Contrapunto organizan.

CINE, PUBLICIDAD.

353 Más revistas que estrellas en el cielo.

En: IP MARK. -- n. 320. (1-15 diciembre 1988); p. 60-65.

Resumen de las dos Jornadas del Seminario sobre La investigación de audiencia de medios impresos, celebrado en Madrid los días 17 y 18 de noviembre y organizado por AEDEMO. El Seminario estuvo dedicado el primer día a la prensa diaria y a los suplementos, y el segundo a las revistas, llegando a la conclusión que éstas crecen considerablemente, mientras que la prensa diaria no.

PRENSA, REVISTAS, SUDIENCIA, DIFUSION, DISTRIBUCION.

354 Texto definitivo de la Ley de Publicidad.

En: IP MARK. -- n. 319. (16-30 noviembre 1988.)

Texto completo y definitivo sobre la Ley General de Publicidad, aprobada el 20 de octubre en el Pleno del Congreso de los Diputados. Recoge los aspectos de Contratación, Difusión, Creación y Publicidad ilícita y disposiciones transitorias.

LEGISLACION, PUBLICIDAD.

355 ANDRADE, Jorge.

El escritor informatizado.

En: FUNDESCO. -- n. 81. (mayo 1988); p. 7-9.

El autor presenta la evolución en los instrumentos y concepción de la obra literaria desde la tablilla y buril hasta el procesador de textos de un ordenados, comentando los cambios psicológicos del escritor frente a esta evolución.

ESCRITURA, EVOLUCION, CULTURA, ORDENADOR, PROCESO DE TEXTO.

356 PIVA, Paola.

El trabajo a distancia.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988); p. 104-109.

Plantea las ventajas del trabajo a distancia y su incidencia, de forma diferente, en el hombre y la mujer. Cita ejemplos sobre empresas en EEUU que llevan a cabo el trabajo a distancia, demostrando que es mucho más rentable. No es así para la mujer ya que la cuantía del salario desciende cuando trabajan en casa, además de tener que ocuparse de actividades domésticas que no la dejan tiempo libre para relizar su trabajo profesional.

TRABAJO, MUJER, DOMICILIO.

357 FRANQUET, Rosa.

La mujer en el hogar tecnológico.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988); p. 110-115.

Presenta una serie de estudios donde se refleja la inevitable degradación de las mujeres ante las estrategias de automatización de los procesos de producción. Se hace un estudio del hogar tecnológico, cómo la tecnología ha entrado en los hogares de una manera desmesurada con grandes posibilidades, pero no cuestionan el rol tradicional de la mujer, ya que sigue siendo el mismo. Elabora un estudio del papel de la TV en Europa, destacando que es la tercera actividad a la que se la dedica más tiempo tras

dormir y trabajar, además de presentar modelos sociales muy estereotipados y sexistas.

HOGAR, NUEVAS TECNOLOGIAS, MUJER, TELEVISION, EUROPA.

358 E.C.

Las redes privadas se multiplican en las comunicaciones.

En: TELOS. -- m. 13. (marzo-mayo 1988); p. 144-145.

Las novenas Jornadas Internacionales del IDATE, han ratificado la efervescencia que agita las telecomunicaciones y el audiovisual, y el inseparable destino de ambos sectores. Se confirmó que la promesa de beneficios oscurece las implicaciones culturales y políticas. Se presentaron los programas de investigación y planes de acción en curso y se tomó a las Redes privadas como lema central de estas jornadas.

EMPRESA, IDATE, NUEVAS TECNOLOGIAS, TELECOMUNICACION, AUDIOVISUAL.

359 PARES I MAICAS, Manuel.

Televisión y política.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988); p. 12-13.

Explica la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, en especial la televisión, a la cual están subordinadas la radio y la prensa, sobre todo en política. En consecuencia, los líderes políticos que surgen, lo son cada vez más en función de su capacidad para integrarse en el mensaje televisivo.

POLITICA, ESPAÑA, TELEVISION, INFLUENCIA SOCIAL.

360 La enseñanza fotográfica en Formación Profesional.

En: ARTE FOTOGRAFICO. -- . 438. (junio 1988) ; p. 572. El Ministerio de Educación y Ciencia, ha elaborado un Plan por el cual se abordará la enseñanza de la fotografía a nivel de Formación Profesional. En los dos primeros años se les enseñará a los alumnos una serie de recursos-herramientas para desenvolverse en el medio. En el tercer año se aplicarán los conocimientos obtenidos a temas fotográficos concretos, como por ejemplo, el periodismo gráfico.

FOTOGRAFIA, FORMACION PROFESIONAL, ESPAÑA.

361 SOBRINO BLANCO, Miguel Angel.

Videotex: difusión social y modelos de acceso al medio.

En: TELOS. -- n. 13, marzo-mayo 1988) ; p. 14-24.) ;

Explica las causas de la importancia social que tiene la información, y los avances tecnológicos que se están produciendo. Indica las ventajas del videotex y su difusión social, haciendo un análisis comparativo de su utilización en diferentes países, entre ellos en España.

VIDEOTEK, ESPAÑA, FRANCIA,

362 CARREÑO, Orlando y DIAZ, José Antonio.

Las nuevas tecnologías de la información desde la perspectiva del consumidor.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 26-34.

Explican la actuación de las asociaciones de consumidores ante la creciente influencia de las nuevas tecnologías, en la vida cotidiana. Se hace un resumen de la historia de dichas asociaciones, así como los diferentes congresos realizados, en donde se replantean las líneas a seguir y se defienden los derechos del consumidor ante las nuevas tecnologías. Así mismo se explican las ventajas de la tecnología que ofrecen grandes servicios al cliente.

ASOCIACION, CONSUMIDOR, NUEVAS TECNOLOGIAS, DERECHOS.

363 CASTILLA, Adolfo.

Economía, crecimiento y crisis.

En: TELOS. -- N. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 35-45.

Se intentan explicar las causas de la crisis económica mundial. Aporta estadísticas y ratios comparativos del desarrollo económico en diferentes países, basándose en estudios de diferentes autores. Se analiza la economía mundial en los últimos 10 ó 12 años, entre los que destaca los cambios estructurales e institucionales, la crisis del petróleo y otros factores a tener en cuenta. La sociedad de la información es una respuesta tecnológica a esta crisis, crea un desarrollo y crecimiento sin provocar problemas secundarios.

ECONOMIA INTERNACIONAL, CRISIS, INFORMACION, INDUSTRIA.

364 ESCARIO, Pilar.

Mujer y trabajo ante el cambio tecnológico: el riesgo de la segregación sectorial.

En: TELOS. -- N. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 69-72.

Analiza los efectos que pueden surgir ante la introducción en el sistema productivo de las nuevas tecnologías, y en qué medida van a repercutir en la mujer. El estudio lo realiza por diversos sectores de la industria, comprobando que en muy pocos lugares la mujer ocupa cargos de decisión. Llega a la conclusión de que el cambio tecnológico debe ir unido a un cambio psicológico.

MUJER, NUEVAS TECNOLOGIAS, TRABAJO, SOCIEDAD.

365 ALBERDI, Inés.

Nuevas tecnologías y educación.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 73-79.

Considera una serie de opciones educativas para la mujer ante el impacto tecnológico. Ofrece pautas de orientación ante los nuevos requerimientos de formación. Comenta las dificultades que tienen las mujeres para introducirse en los sectores laborales más desarrollados tecnológicamente.

NUEVAS TECNOLOGIAS, EDUCACION, MUJER, TRABAJO.

366 CAMPS, Victoria.

El juicio femenino ante las nuevas tecnologías.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 66-68.

Abarca el tema de las nuevas tecnologías desde el punto de vista de la mujer. Su desconfianza ante la igualdad de oportunidades con el hombre, diferencias marcadas por la sociedad.

MUJER, NUEVAS TECNOLOGIAS, SOCIEDAD, TRABAJO.

367 OBREGON, Laia y MERCADES, Antonio.

Las máquinas voladoras y la luna en un cove, o el diseño de un Universo.

En: TELOS. -- n. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 59-64.

Se plantean las posibilidades abiertas por la fructífera unión entre el vídeo y el ordenador. Se explican los efectos de la simulación y de la ficción. La unión del vídeo y el ordenador hace que se puedan concebir todos los deseos, nos ayudan a imaginar.

ORDENADOR, VIDEO, EFECTO, SIMULACION, FICCION.

368 CAFFAREL, Carmen y ROMANO, Vicente.

La competencia de los medios de comunicación entre los dos estados Alemanes.

En: TELOS. -- n. 13, (marzo-mayo 1988) ; p. 48-58.

Explican la competencia informativa existente entre los dos estados alemanes, lo cual ha incrementado el conocimiento mutuo, destruyendo estereotipos y mejorando la coexistencia entre ambos. Se analizan los medios de comunicación en cada estado, así como su influencia en su sociedad y la que se intenta impartir en el otro estado, sobre todo a partir de la publicidad.

Los profesionales de la comunicación se esfuerzan por mejorarse constantemente para contrarrestar las influencias

del vecino. Se comparan los niveles de audiencia y tirada de la prensa ilustrando cuadros significativos de la situación actual.

MEDIO INFORMATIVO, RDA, RFA, ESTEROTIPO, IDEOLOGIA.

369 DOMINGUEZ PERELA, Enrique.

El color y la fotografía: La imagen fotográfica como estímulo visual.

En: ARTE FOTOGRAFICO. -- n. 437. (mayo 1988) ; p. 448-458.

Plantea la dialéctica entre fotografía en color y en blanco y negro. Actualmente hay una tendencia en la prensa hacia el color, aunque resulte más cara. El color es utilizado como estímulo visual. Se explican los diferentes procesos surgidos al captar el color, por nuestros órganos perceptivos.

FOTOGRAFIA, COLOR, BLANCO Y NEGRO, PERCEPCION.

370 GOZALEZ BALLESTEROS, Teodoro.

Derecho e informática.

En: TELOS. -- N. 13. (marzo-mayo 1988) ; p. 7-8.

Reflexión sobre el derecho positivo y si alcance en las nuevas tecnologías, las cuales deben estar contempladas jurídicamente para evitar abusos. Contempla la necesidad de que las libertades y derechos innatos a la persona, necesarios para su desarrollo

en la comunidad, estén garantizados.

NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMATICA, ESPAÑA, LEGISLACION.

371 BUSTELO, Carlota.

Nuevas tecnologías e igualdad de oportunidades.

En: TELOS. -- n. 13, (marzo-mayo 1988) ; p. 9-10.

Comenta la sustitución que se ha producido, en el mundo laboral, de la fuerza física por las nuevas tecnologías, lo cual ha acortado las distancias entre hombres y mujeres afectadas, en mayor medida por el paro laboral. Se exponen una serie de medidas arbitradas por el Consejo de Ministros, para diversificar las opciones profesionales, con la ayuda de sindicatos y empresarios.

MUJER, TRABAJO, NUEVAS TECNOLOGIAS, ESPAÑA.

372 III Conferencia Europea de Publicidad y Medios. Avancemos todos, y tú el primero, por la senda de la integración.

En: Campaña. -- n. 323 (1-15 abril, 1988) ; p. 20-25 Exposición de los principales temas tratados en la III Conferencia Europa de Publicidad y Medio celebrada en Bruselas. Se abordó el tema de la necesidad que los anunciantes tienen en integrar sus esfuerzos en una sola dirección en el campo del marketing de comunicaciones. Y las agencias tienen que ofrecer a sus clientes un nuevo tipo de mercado unificado, de cara a 1992, y a que Europa será un gran mercado único en el que habrá que integrarse.

PUBLICIDAD, MEDIO INFORMATIVO, AGENCIA, EUROPA, 1992

373 IBARRA, Esteban

La LOT y la radiodifusión libre.

En: Telos. -- n. 13 (Marzo-mayo, 1988) ; p. 10-11 La radiodifusión libre ha supuesto en España una iniciativa popular de gran interés. Al definirse como entidades asociativas, culturales y no lucrativas, autónomas de las instituciones y sin proyección comercial, han irrumpido en la sociedad como algo nuevo, que necesita un Estatuto de Radiodifusión libre. Este deberá definir sus aspectos sociales, técnicos y jurídicos, no recogidos por la LOT.

RADIO LIBRE, LEGISLACION, ESPAÑA, LOT

374 Textos fuera de contexto.

En: Campaña. -- suplemento n. 323 (1988) ; p. 3-18 En el dossier se presentan más de 800 Copys, cierres, eslóganes y conceptos de la publicidad española en 1987. Las frases que se presentan han sido sacadas de diversos publicitarios difundidos a través de la televisión, revistas, diarios y publicidad exterior.

COPYS, ESLOGAN, PUBLICIDAD, ESPAÑA, 1987, ANUNCIOS

375 Tres millares de domingos. Suplementos dominicales.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 49-56

Estudio sobre los dominicales como uno de los soportes más eficaces y rentables en cuanto a inversión publicitaria se refiere. Incluye tablas de audiencia durante el año 1987, así como la inversión publicitaria, durante ese mismo año invertida en los dominicales.

SUPLEMENTO DOMINICAL, PUBLICIDAD, AUDIENCIA, INVERSION

376 La prensa cambia de piel. Seminario profesional en la Universidad de Navarra.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 32-34

Conclusiones sobre el diseño en la prensa española, en el Seminario celebrado en la Facultad de CC. de la Información de la Universidad de Navarra. Donde se llegó a la conclusión de que la prensa española no ha logrado afianzarse en el proceso informático, y se expusieron las visiones de futuro.

DISEÑO, PRENSA, INFORMATICA

377 Consejos para hablar bien. Cómo conseguir un esponsor y cómo mantenerlo.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 13-16

Resumen de la conferencia que pronunció Donald Dixon dentro del programa de actos de Sponcom '88, con el título Cómo hablar a un esponsor. Dixon, Presidente de Howar Marlboro, explicó cómo se venden acontecimientos a los potenciales patrocinadores, y puso como principales características, la honestidad, datos y atenciones personales, para encontrar esponsors que patrocinen su acontecimiento.

SPONCOM, PATROCINADOR

378 MIRANDA, Margarita y TALADRIZ, Margarita.

Situación de las Bibliotecas Universitarias (dependientes del M.E.C)

Madrid: Universidad Complutense, 1988. -- 96 p.

Estudio cuantitativo de la situación actual de las Bibliotecas Universitarias dependientes del Ministerio de Educación y Ciencia. Revisa su estructura, fondos, presupuestos,

actividades, personal, instalaciones, equipamiento y realiza un estudio comparativo 1980-1987 BIBLIOTECA, UNIVERSIDAD, ESPAÑA

379 Ser un buen ciudadano. La esponsorización como ayuda a la imagen corporativa.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 19-20
Resumen del coloqui celebrado en la 1ª Jornada del SPONCOM con el título La empresa ciudadana: ¿Un mito, una realidad o una necesidad?. En él se trató la preocupación de las empresas por tener una buena imagen corporativa y el papel que en este sentido pueden jugar la esponsorización y el mecenazgo. El coloquio fue moderado por Kenneth Miles, Director of The Incorporated Society of British Advertisers (ISBA) y tuvo como ponentes a varios directores de importantes empresas.
SPONCOM, PATROCINADOR

380 Esponsorizar con método. Selección, objetivos, resultados.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 12-13
Resumen de las principales cuestiones que se plantearon en la mesa redonda celebrada en el SPONCOM con el título Aproximación racional a la esponsorización. Intervinieron Tony Meenoham, profesor de marketing en el University College de Dublin, y Chistian Ciganer, Director General de Sportifs Association, agencia de esponsorización francesa. Llegaron a la conclusión de que la esponsorización comercial ha de ser el producto de un proceso de selección, tener unos objetivos concretos y registrar unos buenos resultados, y no debe guiarse por el capricho del director. Hay que tener claro que se persiguen objetivos comerciales.
SPONCOM, PATROCINADOR

381 Condenados a entenderse. TV y patrocinadores: el panorama actual y el desafío del 92.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 7-10
Conclusiones obtenidas del coloquio sobre televisión y patrocinio que se celebró en SPONCOM con el título Nuevas reglas para la pequeña pantalla: el mundo cambiante de la esponsorización televisiva. En él se apostó por una televisión panaceuropea de cara a 1992.
TELEVISION, PATROCINADOR, CONGRESO, SPONCOM

382 Un primer paso hacia la internacionalización.

En: Campaña. -- n. 322 (16-31 marzo, 1988) ; p. 5-6
Durante los días 1-4 marzo de 1988 se celebró en Cannes el Segundo Mercado Internacional de la Esponsorización y el Mecenazgo. Participaron, como expositores, empresas, entidades y organismos relacionados con el tema, entre ellos, muchos españoles como el M. de Cultura, Banco Central, Endesa, Iberduero, Coca-Cola de España, la Generalitat de Catalunya, etc. Expresa las opiniones de varios participantes, coincidiendo todos en que ha sido una experiencia muy favorable, donde se ha debatido: los límites de la esponsorización, efectos, aspectos jurídicos, el papel de los medios, entre otros.
SPONCOM, CANNES, PATROCINADOR

383 Normas de admisión de publicidad en TVE.

En: Campaña. -- n. 318 (16-31 enero, 1988) ; p. 19-20
Articulado de las Normas de Admisión de Publicidad en TVE, aprobadas por el Consejo de Administración de RTVE.
LEGISLACION, PUBLICIDAD, TELEVISION, ESPAÑA

384 Humor contra el SIDA. 400 millones para informar a la población sobre el SIDA.

En: Campaña. -- n. 318 (16-31 enero, 1988) ; p. 16-18
Estudio de la publicidad institucional y las campañas que ha realizado el Ministerio de Sanidad y Consumo contra el SIDA. Compara la campaña española con otras realizadas en distintos países y el impacto que han tenido sobre la población.
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, SIDA, CAMPAÑA, SANIDAD, ESPAÑA

385 ORTEGA MARTINEZ, Enrique

Análisis empírico de los componentes persuasivos de la publicidad en televisión.

En: Campaña. -- n. 318 (16-31 enero, 1988) ; p. 5-10
Estudio sobre la influencia de la publicidad en el comportamiento del consumidor. Clasifica las motivaciones que tienen los individuos a la hora de comprar o no el producto. Análisis de la publicidad en televisión, sobre todo, de los nuevos spots aparecidos en este medio durante todo el año 1986.
PUBLICIDAD, CONSUMIDOR, TELEVISION, INFLUENCIA, ANALISIS

386 GOMEZ, Lourdes

Europa, hacia un mercado publicitario único.

En: Campaña. -- n. 321 (1-15 marzo, 1988) ; p. 25-26
Resumen de ponencias en la VII Conferencia del Financial Times, sobre publicidad en Europa a través de MCM (febrero 17-18, Londres). Se muestran las preocupaciones sobre legislación, cultura nacional y la aplicación de las nuevas tecnologías como soporte publicitario hacia un mercado único.
PUBLICIDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS, LEGISLACION, EUROPA, CEE

387 GURRUTXAGA, Iñigo

El éxito de la prensa económica.

En: Campaña. -- n. 321 (1-15 marzo, 1988) ; p. 30
Se recoge la historia de 100 años del diario Financial Times, desde febrero de 1888 hasta su centenario. Recoge nombres y fechas de la empresa de este diario y analiza su papel representativo en la prensa económica mundial de hoy.
FINANCIAL TIMES, HISTORIA, ECONOMIA, PRENSA

388 Sintonizar con Europa (televisión sin fronteras).

En: Campaña. -- n. 320 (16-29 febrero, 1988) ; p. 14-18
Presenta la legislación sobre TV sin fronteras discutida en el Consejo de Ministros de la Comunidad Europea. Se aporta el marco jurídico para las emisiones y publicidad por radiodifusión, sus límites y condiciones. El objetivo es esta normativa es lograr un mercado común de radiodifusión que una todos los pueblos de la CEE.

LEGISLACION, RADIODIFUSION, CEE, EUROPA, TELEVISION

389 Medios en fuera de juego (Diarios deportivos).

En: Campaña. -- n. 320 (16-29 febrero, 1988) ; p. 35
Resumen de la situación de los cuatro diarios deportivos de mayor tirada en España: AS, MARCA, MUNDO DEPORTIVO y SPORT. Presenta la evolución de la prensa deportiva en España, su nuevo status, su cambio de lectores y los niveles de difusión en noviembre de 1987. Estudia el problema de la publicidad en este soporte, y las estrategias de difusión que intentan seguir.
PRENSA, DEPORTE, DIFUSION, ESPAÑA, PUBLICIDAD

390 Sousa, Mauro Wilton de

La telenovela y la reflexión en los núcleos urbanos.
Barcelona, Julio 1988. -- p. 623-637 XVI Congreso AIERI
TELEVISION, TELENOVELA, BRASIL, MEDIO URBANO.

391 García Gutiérrez, Antonio.

Condiciones, proyectos y actividades de la red Ibercomnet. Extracto del Centro de Coordinación del Ibercomnet.

Comnet Meeting Final Report. Singapore, 22-24 Junio, 1987.

COMUNICACION SOCIAL, DOCUMENTACION, INVESTIGACION, RED INTERNACIONAL, COMNET, UNESCO, IBERCOMNET.

392 Becker, L and Hemels, B.

El impacto de la costumbre en la formación del usuario del Videotext.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 638-639.

Congreso XVI AIERI

VIDEOTEXT, FORMACION, USUARIO

393 Candy, O

El establecimiento de la agenda y sus consecuencias: la investigación de la realidad.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 640-653.

Congreso XVI AIERI

MEDIO INFORMATIVO, POLITICA, SOCIOLOGIA, AGENDA, INVESTIGACION.

394 García Gutiérrez, Antonio.

La productividad de la comunicación en España: una aproximación infométrica.

Barcelona, Julio 1988. -- p.8.

Congreso XVI de AIERI

COMUNICACION SOCIAL, ESPAÑA, INVESTIGACION, DOCUMENTACION, ESTADISTICA.

395 García Gutiérrez, Antonio.

La prensa española: su situación tecnológica.

En: Brises. -- CNRS. -- n. 11 (Diciembre 1987); p. 15-17.
Original en francés.

PRENSA, ESPAÑA, NUEVAS TECNOLOGIAS, REDACCION, IMPRESION.

396 Baudhin, M.

Privatización, desregulación y transnacionalización de las telecomunicaciones: una perspectiva desde la industria americana.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 654-670.

XVI Congreso AIERI

DESREGULACION, TELECOMUNICACIONES, PRIVATIZACION, USA.

397 Ansah, Paul.

Comunicaciones de masas e identidad cultural: dilemas y propuestas para el desarrollo de los países.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 8-30 XVI Congreso AIERI

IDENTIDAD CULTURAL, COMUNICACION SOCIAL, TERCER MUNDO.

398 Martín-Barbero, Jesús.

Identidad, comunicación y Modernidad en América Latina.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 31-58 XVI Congreso AIERI

IDENTIDAD CULTURAL, COMUNICACION SOCIAL, LATINOAMERICA.

399 Moragas, Miguel de

Identidad cultural, espacios de comunicación y participación democrática. Una perspectiva desde Cataluña y Europa.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 59-84.

XVI Congreso AIERI

IDENTIDAD CULTURAL, COMUNICACION SOCIAL, DEMOCRACIA, CATALUÑA, EUROPA.

400 Fuentes, Eulalia; Recoder, M^oJosé; Abadal, Ernest y Codina, Luis.

La edición electrónica y las naciones sin estado.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 85-102 XVI Congreso AIERI

EDICION ELECTRONICA, VIDEOTEXT, CATALUÑA, CD. ROM, NUEVAS TECNOLOGIAS, NACIONALIDAD, ESTADO.

401 Mc. Donald, Daniel.

Audiencia rural y motivaciones para el uso de las tecnologías: la evidencia en el tiempo y la cultura.

Barcelona, Julio, 1988. -- p. 132-152.

XVI Congreso AIERI

AUDIENCIA, MEDIO RURAL, NUEVAS TECNOLOGIAS, CULTURA, USA, CANADA.

402 Mondol, Harold.

El papel emergente de la TV en Asia.

Barcelona, 1988. -- p. 153-198 XVI Congreso AIERI

TELEVISION, ASIA, TERCER MUNDO, CULTURA, ECONOMIA, POLITICA.

403 Verstraeten, Hans.

Tecnologías de Comunicación y estrategia industrial: un área de intereses y conflictos.

Barcelona, Julio 1988. -- p. 199-220.

XVI Congreso AIERI

NUEVAS TECNOLOGIAS, COMUNICACION, INDUSTRIA, ESTRATEGIA, SOCIEDAD, CULTURA.

404 ESCAMEL BORDY, J. Francisco

Del pincel a la paleta electrónica. Jornadas sobre nuevas tecnologías, comunicación publicitaria y corporativa.

En: Campaña. -- n. 319 (1-15 febrero, 1988); p. 19 Resumen de las jornadas sobre nuevas tecnologías y publicidad organizadas por la Asociación de Directores y Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, en febrero de 1988. Se presentaron las novedades tecnológicas para la creación publicitaria y las repercusiones de estos avances en las empresas en las empresas, la necesidad de actualización profesional y las reinversiones económicas.

PUBLICIDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS, INVERSION

405 Paquetería de Renfe, mejor cartel 1987. Primer concurso nacional del cartel en Publicidad Exterior.

En: Campaña. -- n. 319 (1-15 febrero, 1988); p. 5-7 Noticia-resumen del concurso nacional organizado por AEPE (Asociación Española de Publicidad Exterior) sobre publicidad exterior. Se celebró el 22 de enero de 1988 en Madrid y RENFE consiguió el primer premio con el cartel Para lo que usted mande, eslogan de su servicio de paquetería, realizado por la agencia Contrapunto. Se incluyen todos los nominados cada mes como mejores anuncios publicitarios de 1987 y los respectivos medios donde fueron publicados.

RENFE, 1987, CARTEL, AEPE, PUBLICIDAD EXTERIOR, CAMPAÑA

406 Aumento de la audiencia de todos los medios. (Tercera ola del EGM en 1987).

En: Campaña. -- n. 319 (1-15 febrero, 1988); p. 9-10 Estudio de audiencia por la EGM en octubre-noviembre de 1987 sobre todos los medios de comunicación en España. Se registra un incremento general aunque no uniforme, donde destaca la televisión en primer lugar habitual, seguido de la radio, con RNE y SER. Sin embargo OM ha perdido un 3,9 de audiencia en seis meses. Así, se incluyen cuadros y datos de este estudio con criterios de audiencia de número, hora, emisión y lugar que condicionan la participación del receptor en los MCM.

MEDIO INFORMATIVO, AUDIENCIA, ESPAÑA, EGM

407 Las asociaciones remiten a los grupos parlamentarios sus sugerencias sobre el proyecto de ley.

En: Campaña. -- n. 319 (1-15 febrero, 1988); p. 11-12 Resumen del documento presentado por las asociaciones AEA (Asociación Española de Anunciantes), AEAD (Asociación Española de Agencias de Publicidad) y FNEP (Federación Nacional de Empresas de Publicidad) sobre el proyecto de Ley General de Publicidad ante los diferentes grupos parlamentarios ante la discusión del proyecto en las Cortes. Se recogen los temas de publicidad institucional, engañosa, comparativa y sobre salud e higiene.

PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA, PARLAMENTO, ANUNCIANTE

408 25 años de M.D. en el mundo: zapatero a tus zapatos.

En: Campaña. -- n. 319 (1-15 febrero, 1988); p. 11-16 Resumen de las jornadas 25 años de Marketing Directo en el mundo, organizadas por PUBLIPOST en Madrid (12-15

enero, 1988). Los participantes nacionales y extranjeros debatieron los temas sobre estas campañas, su gran impulso debido a las nuevas tecnologías y la necesidad de profesionalizar estos trabajos. Se añaden unos puntos finales a modo de resumen-reflexión sobre el marketing directo y sus efectos. MARKETING, PUBLICIDAD, NUEVAS TECNOLOGIAS, ESPAÑA

409 Las obligaciones fiscales del sector publicitario.

En: Campaña. -- n. 319 (1-15 febrero, 1988); p. 17-18 Resumen del seminario sobre fiscalidad de empresas publicitarias, organizado en Madrid por la AGEPM (Asociación General de Empresas de Publicidad de Madrid). El objetivo fue analizar cuestiones y actualizar las obligaciones fiscales de estas empresas, las novedades legislativas para 1988 y la aplicación de los diferentes impuestos en su economía de empresa.

PUBLICIDAD, EMPRESA, ECONOMIA, IMPUESTOS, LEGISLACION

410 LEON, José Luis

Efectos de la repetición de exposiciones publicitarias sobre la conducta de consumo.

En: Campaña. -- n. 323 (1-15 abril, 1988); p. 31-34 Presentación de una serie de estudios empíricos que estudian en que medida la repetición de impactos son capaces de afectar el nivel de consumo, y observan la conducta de la compra real. Se expone el estudio de Colin McDonald sobre el efecto a corto plazo de las repeticiones. También se presenta el estudio de Ogilvy and Mather sobre los rendimientos decrecientes de la repetición.

PUBLICIDAD, EFECTO, ANALISIS, CONSUMIDOR

411 DRAGO, Chavela

Aprobados 58 nuevos proyectos de investigación del programa EUREKA.

En: Telos. -- n. 12 (1er. trimestre, 1988); p. 123 Resumen de intervenciones relevantes (de políticos españoles) en la Quinta Conferencia Eureka, en Madrid el 15 de septiembre de 1988. También se presentan otros proyectos y empresas españolas como TECNOVA'87.

NUEVAS TECNOLOGIAS, EUREKA, TECNOVA

412 SANCHEZ ORTUZAR, Domingo y VIERA-GALO Q., J. Antonio

Informática y Normativa jurídica en América Latina.

En: Telos. -- n. 12 (1er. trimestre, 1988); p. 113-122 La informática genera en Latinoamérica unos cambios socio-laborales que no han sido cubiertos por una legislación adecuada. Este informe presenta el proyecto SELA (Sistema Económica Latinoamericana) para buscar soluciones conjuntas a esta realidad. Su objetivo es adecuar la evolución informativa e informática a su contexto social, trabajando en comisiones y proyectos como RITLA (Red de Información Tecnológica Latinoamericana) y REMLA (Red Latinoamericana de Microelectrónica).

INFORMATICA, LEGISLACION, LATINOAMERICA, SELA, RITLA, REMLA, NUEVAS TECNOLOGIAS, SOCIEDAD

413 YAGUE, Antonio María

EUROTRA: la CE afronta el reto de la traducción automática.

En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.129-130 La supremacía lingüística anglosajona tiene su rival en el proyecto EUROTRA para la traducción automatizada de todas las lenguas de la CE. Para ello, se están investigando nuevos equipos computerizados que simplifiquen la tarea de traducción según método de Chomsky. Desde 1985 EUROTRA es un proyecto, al que España se sumó en 1986, para la Europa de 1991.

CHOMSKY, METODO, CEE, EUROTRA, AUTOMATIZACION, TRADUCCION, 1991, EUROPA, IDIOMA

414 GARCIA HERNANDEZ, José M^o

Las organizaciones de consumidores se reorganizan ante el impacto social de las NTI.

En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.128-129 Resumen del XII Congreso Mundial de la Unión Internacional de Organizaciones de Consumidores (IOCU) en Madrid 15-20 de septiembre de 1987. Los temas debatidos son: consumo y NTI, contradicciones entre la inversión en NT y el estudio de sus efectos y reforma de la legislación sobre Telecomunicaciones en España.

CONSUMIDOR, NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMACION, ESPAÑA, IOCU, CONGRESO

415 COSTA, Joaquín

Televisión y educación en SONIMAG'87.

En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.136-137 Resumen de las últimas presentaciones en tecnología de medios audiovisuales en la exposición SONIMAG'87, Barcelona. Se presenta también las conclusiones de la VI Conferencia de Televisión y Educación, paralela a la feria; con participación internacional se presentaron los programas OLIMPUS, de la Agencia Espacial Europea y el NTI del Ministerio de Educación y Ciencia español.

SONIMAG, 1987, EDUCACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, AUDIOVISUAL, OLIMPUS, NTI

416 El más allá de la radio.

En: Antena de TV y Radio. -- n.16 (Julio, 1988) ; p.19 Análisis de la emisora Radio-2 que dedica las 24 horas de programación exclusivamente a la música, en especial la clásica; emisora que depende de RNE y RTVE.

RADIO-2, MUSICA, PROGRAMACION

417 VOLPINI, Federico

Corresponsales.

En: Antena de TV y Radio. -- n.16 (Julio, 1988) ; p.21 Comentario sobre lo que significa ser un corresponsal de radio y televisión. Expone cuales son las pautas de comportamiento a seguir por un corresponsal, y los obstáculos con los que tiene que luchar.

CORRESPONSAL, RADIO, TELEVISION

418 Creación del crédito cinematográfico.

En: La Ley. -- n.3 (1988) ; p.370 Ley 17 de julio de 1958. Tasas y exacciones parafiscales. Permiso de doblaje.

subtitulación y exhibición en versión original de películas extranjeras. Nulidad de los decretos reguladores. Imprudencia de las liquidaciones giradas.

LEGISLACION, CINE, CREDITOS, TASAS

419 ALVAREZ-LINERA URIA, César

Notas sobre el secreto periodístico.

En: La Ley. -- 1988 (p.961-970) ; Anotaciones del autor sobre el art. 20 I d. de la Constitución sobre el secreto profesional de los periodistas, en espera de un desarrollo legislativo. Según este, el secreto periodístico como derecho debe admitirse sin tramitaciones. Se reseñan otras leyes complementarias sobre el tema.

LEGISLACION, PRENSA, SECRETO PROFESIONAL

420 Derechos fundamentales y libertades públicas.

En: La Ley. -- tomo 2 (1988) ; p.527 Sentencia del Tribunal Supremo, 1^a Sala, 7 de marzo de 1988 sobre protección del derecho al honor por expresiones contenidas en periódicos acerca de las causas del accidente aereo. Otros temas contenidos: responsabilidad y solidaridad de autores, directores y editores de publicaciones. Regulación Ley de Prensa e Imprenta.

LEGISLACION, PRENSA, DERECHO AL HONOR

421 MISERACHS SALA, Pablo

La nueva Ley de Propiedad Intelectual.

En: La Ley. -- I (1988)

Normativa aplicable a las obras españolas a partir de la entrada en vigor de la Ley de 11 de noviembre de 1987; comprende entre otros conceptos: definiciones, transmisión de derechos, obligaciones, etc.

LEGISLACION, PROPIEDAD INTELECTUAL, ESPAÑA, 1987

422 VEGA RUIZ, José Augusto de

Las libertades públicas y sus limitaciones en casos y circunstancias especiales.

En: La Ley. -- I (1988)

Panorámica del conjunto de libertades públicas entre las que destaca: libertad postal, telegráfica y telefónica, libertad de expresión, de asociación, etc.

LEGISLACION, ESPAÑA, LIBERTADES PUBLICAS, LIBERTAD DE EXPRESION, LIBERTAD DE COMUNICACION

423 QUIÑONES, Martín de

Directores Generales en TVE.

En: Reseña. -- n. especial (Mayo, 1988) ; p.55-57 Comenta la actividad y política seguida por los Directores Generales de TVE, desde la transición española (1976) a 1987.

TELEVISION, ESPAÑA, DIRECTOR GENERAL, 1976-1987, TVE

424 PEREZ GOMEZ, Angel A.

Un cine tutelado.

En: Reseña. -- n. especial (Mayo, 1988) ; p.25-32 Historia del cine español desde 1976 a 1987, con sus problemas y características.

CINE, ESPAÑA, 1976-1987, HISTORIA

425 La historia en 20 películas.

En: Reseña. -- n. especial. (Mayo, 1988) ; Recopilación de las 20 películas españolas más representativas del cine realizado entre 1976 y 1987. Títulos de las películas: Caudillo, El crimen de Cuenca, F.E.N, Cristobal Colón, de oficio descubridor, Bilbao, El arreglo, Deprisa, deprisa, Asignatura pendiente, Tigres de papel, Las largas vacaciones del 36, Volver a empezar, El Caballero del Dragón, El Sur, Arrebato, Moros y cristianos, La ciutat cremada, La muerte de Mikel, ¿Qué he hecho yo para merecer esto?, El año de las luces y Los santos inocentes. Bibliografía.
CINE, ESPAÑA, 1976-1987, BIBLIOGRAFIA

426 SANCHEZ NORIEGA, José Luis

Anuncios a domicilio: el dulce encanto del spot.

En: Reseña. -- n. 188 (Octubre, 1988) ; p.2-4 Plantea el poder de la publicidad en televisión, como forma de aumentar las ventas de un producto. Repaso a 230 anuncios en la televisión española -incluso la regional- emitidos durante 1988.

TELEVISION, PUBLICIDAD, ESPAÑA, 1988

427 LEMA DEVESA, Carlos

Análisis de la Ley General de Publicidad.

En: Campaña. -- n.336 (1-15 diciembre, 1988) ; p.49-54 Explicación y análisis de la Ley General de Publicidad aprobada por el Congreso de los Diputados el día 11 de noviembre de 1988 y publicado en el B.O.E cuatro días más tarde. Explica la necesidad de la ley para evitar publicidad engañosa, y como actualización de la legislación española a raíz de su integración en la Comunidad Europea.

PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA

428 Para cuantificar sin olvidar cualificar.

En: Campaña. -- n.336 (1-15 diciembre, 1988) ; p.55-60 Resumen del 5. Seminario bajo el título La investigación de audiencia de medios impresos celebrado en Madrid, y (organizado por AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión). Se ofrece una amplia visión del entorno y la problemática de diarios, suplementos y revistas, partiendo de un repaso de su más reciente evolución y haciendo incapié en la planificación, investigación de audiencia y marketing editorial.
REVISTAS, SUPLEMENTOS, AUDIENCIA, DIARIOS, SEMINARIO, AEDEMO

429 ESPAREA, Elvira

La publicidad en letras de imprenta.

En: Campaña. -- n.336 (1-15 diciembre, 1988) ; p.70-74 Hace un estudio de la publicidad, destacando que es en prensa diaria donde más dinero invirtieron los anunciantes en año pasado, según el informe anual de J. Walter Thompson. Las características de la prensa como medio de información favorecen la utilización de este soporte en las campañas publicitarias.

PRENSA, PUBLICIDAD

430 GARCIA LOPEZ, Tomás

Uso y abuso de las nuevas tecnologías.

En: Tendencias científicas y sociales. -- n.2 (Abril, 1988) ;

p.7 El artículo desarrolla los temas del IV Congreso de Teoría y Metodología de las Ciencias, celebrado en abril de 1988 en Gijón, por iniciativa de la Sociedad Asturiana de Filosofía. Tiene como argumento, la ambigüedad de la tecnología que crea grandes abismos entre los estados, su desarrollo y sus efectos.

NUEVAS TECNOLOGIAS, CONGRESO, POLITICA

431 CRESPO, Luis

La televisión por cable.

En: El Europeo. -- n.2 (Junio, 1988) ; p.162 Hace un rápido visionado sobre la introducción de las nuevas tecnologías en la comunicación, sobre todo en medios audiovisuales; se centra en el sistema por cable.

TELEVISION, NUEVAS TECNOLOGIAS, CABLE

432 VICENTE, Carles

Els Arxius d'imatges i l'anàlisi documental de la fotografia.

En: L'Avenç. -- n.116 (Junio, 1988) ; p.55 Breve estudio sobre el análisis documental de fotografías y la organización del archivo fotográfico.

FOTOGRAFIA, ANALISIS DOCUMENTAL, ARCHIVO

433 VEIGA, Franciso

Documentació en moviment.

En: L'Avenç. -- n.116 (Junio, 1988) ; p.52-54 Breve estudio de las relaciones entre el cine y la historia: bibliografía sobre análisis historiográfico a través del cine y teoría de la utilización del cine en la enseñanza e investigación de la historia. Se recogen las actividades realizadas por el colectivo Drac Magic sobre enseñanza mediante cine y video y las bibliotecas existentes sobre el tema en Cataluña
CINE, HISTORIA, EDUCACION, PEDAGOGIA, HISTORIOGRAFIA

434 FARIÑAS, J., GIL, A. y NARANJO, J.

La Recerca Fotohistòrica.

En: L'Avenç. -- n.116 (Junio, 1988) ; p.48-51 La utilización de la imagen fotográfica como documento histórico-social y cinematográfico valorándolo ahora, desde su instantaneidad las posibilidades que ofrece para la investigación y el análisis de la historia.

IMAGEN, FOTOGRAFIA, HISTORIA, INVESTIGACION, ARCHIVO

435 MAYO, José A.

Del escenario mecánico al digital: Festival Ars Electrónica en Linz.

En: El Europeo. -- n.6 (Noviembre, 1988) ; p.38-39 Novedades del Festival Ars Electrónica, 1988, sobre la incorporación de nuevas tecnologías en el video creativo. Este año se ha titulado Arte en escena, y su protagonista ha sido el espectáculo multimedia.

FESTIVAL, ARS ELECTRONICA, VIDEO CREATIVO, NUEVAS TECNOLOGIAS, ESPECTACULO MULTIMEDIA

436 Greenberg, Dradley

El teletexto en el Reino Unido: modelos, actitudes y comportamiento de los usuarios.

- XVI Congreso AIERI, Barcelona. Julio, 1988 p.221-244
TELETEXT, GRAN BRETAÑA, USUARIO, ESTADISTICA.
- 437 Borrero, J. y Mody, B.
Análisis conceptual de la adopción de una tecnología de comunicación.
XVI Congreso AEIRI, Barcelona. Julio, 1988.
p.245-282 MEXICO, SATELITE, COMUNICACION, POLITICA.
- 439 Feilitzen, Celia Von
El satélite de TV de Escandinavia. Un modo de reforzar la identidad cultural.
Barcelona, Julio 1988. -- p.283-304 XVI Congreso AIERI SATELITE, TELEVISION, IDENTIDAD CULTURAL, ESCANDINAVIA
- 440 Johnson, Owen.
Lucha e imperativos de la identidad cultural: la prensa de Eslovaquia de 1939-45.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.305 XVI Congreso AIERI HISTORIA, ESLOVAQUIA, IDENTIDAD CULTURAL, NACIONALISMO, PRENSA
- 441 Johnson, Owen.
Perspectiva histórica de los estudios americanos sobre la comunicación social en Rusia.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.306 XVI Congreso AIERI HISTORIA, INVESTIGACION, COMUNICACION SOCIAL, URSS, USA.
- 442 Fathi, Asghar
La predicación católica como instrumento de comunicación en la pre-confederación Quebec-Canadá.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.307-332 XVI Congreso AIERI HISTORIA, RELIGION, CATOLICISMO, CANADA, PROPAGANDA, NACIONALISMO.
- 443 Dolanska, P.
Problemas de las publicaciones científicas en Checoslovaquia.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.303-343 XVI Congreso AIERI HISTORIA, PERIODISMO CIENTIFICO, CHECOSLOVAQUIA.
- 444 Kalina, Vladimír
La representación como género más típico del periodismo de identificación nacional.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.344-349 XVI Congreso AIERI HISTORIA, IDENTIDAD CULTURAL, NACIONALISMO, GENERO PERIODISTICO, CHECOSLOVAQUIA.
- 445 Osvaldora, B.
La literatura infantil y juvenil como instrumento de concienciación nacional.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.350-365.
XVI HISTORIA, ANCIIONALISMO, CONCIENCIACION, INFANCIA, JUVENTUD, LITERATURA, LECTURA, IDEOLOGIA, CHECOSLOVAQUIA
- 446 Truneckova, Ludmila
El papel de las agencias informativas en el esfuerzo de identidad nacional. Una experiencia checa. Origen y formación de la agencia CTK en Checoslovaquia.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.366-382 XVI Congreso AIERI HISTORIA, AGENCIAS INFORMATIVA, IDENTIDAD CULTURAL, NACIONALISMO, CHECOSLOVAQUIA, PRENSA.
- 447 Krivankova, A.
El papel de la prensa checa en la revolución nacional democrática de 1944-45.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.383-389 XVI Congreso AIERI HISTORIA, CHECOSLOVAQUIA, COMUNISMO, PRENSA.
- 448 Neumaier, John
Consideraciones teóricas y prácticas sobre la libertad de expresión en Occidente: el ejemplo de USA
Barcelona, Julio, 1988. -- p.390-412 XVI Congreso AIERI LIBERTAD DE EXPRESION, USA, URSS, INFORMACION, PLURALISMO
- 449 Kim, Soon Jin
Cuestiones sobre términos políticos: libertad, Este-Oeste, Norte-Sur, Tercer Mundo, ... como armas de propaganda.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.435-443 XVI Congreso AIERI IDEOLOGIA, OTAN, CAPITALISMO, TERCER MUNDO, IMPERIALISMO, PROPAGANDA,
- 450 Treffkorn, Hans
Las nuevas tecnologías en las necesidades de los medios y la posibilidad de incluir una nueva rama de estudio en la formación de los periodistas.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.444-454 XVI Congreso AIERI FORMACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, PERIODISTA, EDUCACION,
- 451 Weaver, D y Wilhoitk C.
Ética y profesionalismo en el periodismo americano y los expertos en comunicación social.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.445-499 XVI Congreso AIERI PROFESOR, COMUNICACION SOCIAL, USA, CULTURA, ETICA, EDUCACION, FORMACION
- 452 García Gutierrez, Antonio.
El concepto de documentación: perspectiva lingüística.
En: Revista brasileira de Biblioteconomia y Documentação (2. semestre, 1988)
DOCUMENTACION, CONCEPTO, LENGUAJE, TEORIA
- 453 Eapen, K.E.
Comunicación para el desarrollo: problemas en su aplicación.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.103-109 XVI Congreso AIERI COMUNICACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, INDIA, IDENTIDAD CULTURAL, COLONIALISMO

454 Burgelman, Jean-Claude

La estructuración de la identidad cultural a través de una política de tecnologías de comunicación: la necesidad de un estudio complementario político y social.

Barcelona, Julio, 1988. -- p.110-132.

XVI Congreso AIERI

IDENTIDAD CULTURAL, NUEVAS TECNOLOGIAS, COMUNICACION, POLITICA, SOCIOLOGIA

455 Arte y publicidad.

En: El Europeo. -- n.6 (Noviembre, 1988) ; p.53-67

Reunión de artículos de varios autores sobre semejanzas y diferencias entre el arte y la publicidad. Caso Saatchi & Saatchi, empresa publicitaria y coleccionistas de arte.

ARTE, PUBLICIDAD, SAATCHI & SAATCHI, EMPRESA, COLECCIONISMO

456 EISERT, Sandra

Uso de los gráficos informativos.

En: El Boletín. -- n.259 (Mayo, 1988) ; p.1-5 Explica qué es un gráfico informativo, cuales son los elementos necesarios para crearlos, cuál es la última moda; explica además cuáles son los pasos a seguir para realizarlos y las mejoras que se han introducido con las impresoras láser.

DISEÑO, TECNOLOGIA, GRAFICOS, INFORMACION

457 VAZQUEZ VALERO, M. y LOPEZ AGUADO, G.

La información científica en la prensa.

En: Arbor. -- Enero, 1989 ()

PRENSA, INFORMACION CIENTIFICA

458 Revistas.

En: Revista de Estudios de Juventud. -- n.32 (Diciembre, 1988) ; p.139-140 Recoge las revistas españolas sobre deportes.

DEPORTE, PERIODISMO DEPORTIVO, ESPAÑA

459 AGUINAGA, Enrique de

Esencia del periodismo: la periodificación.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol. 5 (1988) ; p.17-29 Presentación del profesor Aguinaga de las bases y factores del periodismo, que lo constituyen como fenómeno social de actualidad. La periodificación se expresa en los recursos humanos de la redacción, sus técnicas clasificatorias, para construir esa presentación e interpretación, consecuencia de la realidad social.

PERIODIFICACION, PERIODISMO, REALIDAD, SOCIEDAD

460 ESTEVE RAMIREZ, Francisco

Bibliografía de la información periodística especializada.

Huelva: Asociación de la Prensa, 1988. -- 62 p.

Recoge más de 400 referencias bibliográficas extranjeras y españolas sobre el tema.

PERIODISMO, ESPECIALIZACION, BIBLIOGRAFIA

461 AGUILERA, Octavio

Periodismo y literatura: una eterna polémica.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988) ; p.63-69 Presenta los puntos de conexión y oposición entre la

creación literaria y periodística desde mitad del siglo XIX, cuando surge esa polémica. Así, para algunos citados en el trabajo hay importantes puntos comunes entre ambos, como lenguaje y géneros aunque el autor presenta las dificultades para diferenciarlos porque no se han delimitado sus funciones hasta hoy.

HISTORIA, PERIODISMO, LITERATURA, LENGUAJE, GENEROS, CONEXION

462 LOPEZ DE ZUAZO, Antonio

El teletexto en España.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988) ; p.70-75 Historia de la breve existencia del teletexto en España, desde 1982 hasta la realidad de 1988, febrero, cuando TVE comienza a emitir 200 páginas diarias de información. Comenta sus orígenes, 1973 Gran Bretaña, la elección europea entre los sistemas UK, inglés, y ANTIOPE de Francia y Bélgica, y sus posibilidades técnicas y educativas en España a través de Telecinco y Telesais.

TELETEXTO, ESPAÑA

463 MARTINIER ALBERTOS, J. L.

Efectos de la tecnología electrónica sobre la comunicación periodística.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988) ; p.77-91 Presentación sobre el reto de las tecnologías electrónicas y su efecto en el sistema de comunicación periodística. Las nuevas tecnologías están influyendo en la profesión periodística, la empresa, las relaciones laborales...desde las posibilidades de los satélites de comunicación hasta la autoedición.

TECNOLOGIA, PERIODISMO, COMUNICACION

464 HERNANDO, Bernardino M.

Hipótesis de trabajo para una lexicometría del lenguaje periodístico.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988) ; p.93-106 Estudio sobre el análisis léxico del lenguaje periodístico, características, estructura, historia, etc.

LENGUAJE, PERIODISMO, LEXICOMETRIA

465 PERLADO, José Julio

A la búsqueda del lector.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988) ; p.107-111 Breve ensayo sobre formas de captar la atención de los lectores de periódicos, y hacer que los lean, aparte de comprarlos.

PERIODICOS, LECTURA, CAPTACION

466 REY MORATO, Javier del

Estatuto epistemológico de la redacción periodística.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988) ; p.113-122 Aproximación a la redacción periodística no sólo como técnica sino como ciencia que posibilita la captación de la realidad social a través de sus diferentes géneros. Así, cada género periodístico aporta una visión diferente sobre la parcela de actualidad que contempla.

REDACCION, PERIODISMO, GENERO, REALIDAD, ACTUALIDAD, OBJETIVIDAD

467 FAGOAGA, Concha

El sistema de fuentes informativas.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988); p.139-149 Estudia las fuentes informativas utilizadas por los periodistas para la creación de sus artículos; dentro de ellas trata de su propiedad, reglas de interacción. Referencias bibliográficas.

FUENTE INFORMATIVA, PERIODISMO

468 SANTAMARIA SUAREZ, Luisa

El suelto o glosa, género editorial menor, estudio de cuatro modelos en los diarios madrileños.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988); p.123-135 Trata sobre el suelto periodístico, artículo de opinión considerado como subgénero. Definición, características, y ejemplos en diarios madrileños (Ya, ABC, Diario 16, El País).

PERIODISMO, SUELTO, OPINION, YA, ABC, DIARIO 16, EL PAIS, ESPAÑA

469 FERNANDEZ BEAUMONT, José

Funciones de los libros de estilo en los medios de comunicación.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988); p.151-164 Trata sobre los libros de estilo o libros de redacción -usos, funciones...- en medios de comunicación españoles y extranjeros.

MEDIO INFORMATIVO, LIBRO DE ESTILO, REDACCION, ESPAÑA, PERIODISMO, LENGUAJE

470 GARCIA BRERA, Miguel Angel

La publicidad institucional en relación con la producción de los mensajes.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- vol.5 (1988); p.165-168 Habla sobre la influencia económica que ejerce la publicidad institucional en los medios de comunicación españoles privados, ya que ocupan un importante lugar en sus ingresos. Se trata en concreto la suspensión de publicación de El Alcázar.

PUBLICIDAD, ESTADO, MEDIO INFORMATIVO, ESPAÑA

471 SANCHEZ NORIEGA, José Luis y URBEZ, Luis

Años de telepatencia.

En: Reseña. -- n. especial (Mayo, 1988); p.58-60 Repaso a la situación de TVE desde 1976 hasta 1987.

TELEVISION, ESPAÑA, TVE

472 Investigación y docencia.

En: Revista de Ciencias de la Información. -- n. extraordinario (1988); Presenta una síntesis de la labor de investigación y docencia realizada en cada departamento de la Facultad de CC. de la Información. Con la presentación del Decano, Angel Benito, ofrece el cambio de las escuelas periodísticas de antaño a la actual labor de dicha Facultad. Incluye el cuadro de profesores y programas en 1988, así como la bibliografía resultante de toda esta labor según especialidades y departamentos.

FACULTAD, CIENCIAS DE LA INFORMACION,

DEPARTAMENTOS, ORGANIZACION, PROFESORADO, BIBLIOGRAFIA

473 DIAZ, Miguel Angel

Conflictos y armonías entre el periodismo y las relaciones públicas.

En: El Boletín. -- n.260 (Junio, 1988); p.6-7 Resumen de la ponencia del autor en el Seminario sobre Técnicas Periodísticas Modernas, Perú, septiembre de 1987. Las actividades del periodista y las relaciones públicas están muy relacionadas incluso se mezclan desde su planteamiento académico. Sin embargo, ambos profesionales no deben descuidar su interrelación a favor de una mejor información.

RELACIONES PUBLICAS, PERIODISMO, RELACION

474 STRICHARCHUK, Gregory

Archivos computarizados: valioso instrumento para la investigación.

En: El Boletín. -- n.259 (Mayo, 1988); p.6-7 Explica cómo las computadoras están alterando el mundo del periodismo investigativo. Por otro lado expone las dificultades de acceso a los bancos de informaciones obstaculizados por las leyes federales en EEUU.

NUEVAS TECNOLOGIAS, PERIODISMO, USA

475 WILSON, George W.

Evolución técnica de un diario en 25 años.

En: El Boletín. -- n.257 (Marzo, 1988); p.1-6 Explica la evolución que a lo largo de 25 años ha experimentado The Monitor, periódico que sale 6 días por semana en New Hampshire. Expone las maneras de mejorar las operaciones de un diario.

PERIODICO, NUEVAS TECNOLOGIAS, DIARIO

476 LEÑERO, Fernando J.

La prensa escrita: el medio por excelencia.

En: El Boletín. -- n.258 (Abril, 1988); p.1-3 Análisis de una encuesta sobre hábitos y motivos de lectura de prensa en Costa Rica. Se cuestionan los conceptos de fidelidad al diario, lectura habitual y diaria, e identificación con las ideas expuestas. Ante esta audiencia, el anunciante y el empresario confían en la prensa escrita como forma de comunicación.

COSTA RICA, PRENSA, ENCUESTA, AUDIENCIA

477 RINEHART, William D.

El futuro de la tecnología. El periódico del futuro. Hacia un sistema de paginación total del diario.

En: El Boletín. -- n.266 (Diciembre, 1988); p.1-5 Visión del futuro de los periódicos, en cambio continuamente ante la aplicación de las nuevas tecnologías: cambio de la impresión en negro a color, fotografía electrónica, discos láser.

PRENSA, NUEVAS TECNOLOGIAS

478 GERSH, Debra

Comercializando su periódico: sus mejores alternativas.

En: El Boletín. -- n.265 (Noviembre, 1988); p.1-5 Resumen de la conferencia de la Asociación Internacional de Mercadeo de Periódicos en Colorado Springs, sobre la prensa como producto de consumo y su alternativa comercial frente a la TV. Explica los mejores métodos de

- comercialización y de imagen de un periódico en la promoción de este a través de televisión.
 PRENSA, MERCADO, TELEVISION, MARKETING
- 479 Research, Mori
 Guía para atraer lectores a los diarios.
 En: El Boletín. -- n.246 (octubre 1988); p.6-24 Investigación realizada en periódicos estadounidenses que sugiere cambios en la temática, composición y política a seguir en la elaboración de un diario, a fin de aumentar la audiencia.
 DIARIOS, AUDIENCIA
- 480 DVOSKIN, M. y MADRUGA DUARTE, B.
 Invirtiendo en la educación: el uso del periódico en la escuela.
 En: El Boletín. -- n.265 (Noviembre, 1988); p.6-7 Resumen de la presentación del proyecto didáctico Zero Hora en el Aula, dentro del Seminario sobre el Uso del Diario en la Escuela, en Buenos Aires, mayo de 1988. Aporta las ideas del PEPT (Proyecto Experimental de Preparación para el Trabajo) con los objetivos de educar al niño como potencial usuario de los diarios en sus necesidades de información.
 PRENSA, ESCUELA, DIDACTICA, PEPT
- 481 SAMPER PIZANO, Daniel
 La fotografía: una obra colectiva.
 En: El Boletín. -- n.264 (Octubre, 1988); p.32-36 Sugiere la relación de colaboración que debe existir entre fotógrafo y redactor; la adecuada utilización de las reseñas fotográficas; intencionalidad al tomar una fotografía de prensa.
 FOTOGRAFIA, PRENSA
- 482 FIDLER, Roger
 Guía para diagración de noticias.
 En: El Boletín. -- n.264 (Octubre, 1988); p.46-54 Habla sobre la maquetación de la prensa, considerándola como un arte que refleja los gustos y tendencias de la época.
 PRENSA, MAQUETACION
- 483 GONZALEZ, Armando
 Aspectos técnicos de la modernización de un diario.
 En: El Boletín. -- n.263 (Septiembre, 1988); p.1-6 La tecnología y sus aplicaciones en la edición de los diarios no sólo es inevitable sino que constituye una gran ayuda a su confección y calidad final del producto. Estas nuevas tecnologías se aplican desde la captación de información hasta su paginación total con la autogestión de la publicidad. Presenta, con este resumen del Seminario ANPATÉC'88, Atlanta, junio de 1988, el proceso de creación total de un diario en un Macintosh.
 NUEVAS TECNOLOGIAS, PRENSA
- 484 SUSSKIND, Robert A.
 La revolución de la computadora personal.
 En: El Boletín. -- n.261 (Julio, 1988); p.1-5 Habla sobre la utilización de los ordenadores personales en la edición de prensa; aumento de ventas de ordenadores; nuevos avances en este campo.
 PRENSA, NUEVAS TECNOLOGIAS, ORDENADOR PERSONAL
- 485 GARNEAU, George
 Impresoras láser en los periódicos pequeños.
 En: El Boletín. -- n.260 (Junio, 1988); p.1-2 Presentación de las ventajas técnicas y económicas de las impresoras láser en la prensa. Su inversión inicial se amortiza en breve en las áreas de calidad, rapidez en el procesado, mano de obra y comercialización.
 IMPRESORA, LASER, PRENSA, ECONOMIA, INVERSION
- 486 GOMEZ PALLETE, Felipe
 Energía e información se imponen frente a capital y trabajo.
 En: Tendencias Científicas y Sociales. -- n.6 (Sept.1988); p.11 Artículo sobre la evolución de la empresa y la sociedad ante la influencia de la técnica y de la información.
 INFORMACION, TECNICA, EMPRESA, SOCIEDAD.
- 487 La Comunidad y los Medios de Información
 En: Antena de Radio y Televisión. -- n.21 (Diciembre 1988); p.14-15 Panorama de los Medios de Comunicación en la Comunidad de Madrid y la ayuda administrativa que reciben. Desde 1983, año de su constitución, la CAM gestiona el servicio regional de información de la agencia EFE para siete emisoras locales de radio y la aplicación de la Ley de Ayudas a prensa local en sus publicaciones supera cada año su inversión.
 COMUNIDAD AUTONOMA, MADRID, MEDIOS DE COMUNICACION
- 488 TRAVERSE, Tim
 Relaciones Públicas y Propaganda.
 En: RP. Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.99 (2. trimestre 1988); p.5-15 El trabajo pretende explorar los valores comparativos implícitos en los términos relaciones públicas y propaganda. Algunos confunden ambos conceptos. La propaganda, la comunicación y las relaciones públicas están fuertemente conectados.
 RELACIONES PUBLICAS, PROPAGANDA, PROFESIONAL, FUNDACION INTERNACIONAL DE ESTUDIOS PARA LAS RELACIONES PUBLICAS.
- 489 Traquina, Nelson
 Relaciones Públicas: en busca de nuevos horizontes.
 En: RP. Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.99, (2. trimestre 1988.); p.40-42.
 Se analizan los problemas que la actividad profesional de las relaciones públicas afronta en Portugal. Se hizo necesaria su presencia ante la existencia de un campo periodístico serio, riguroso y exigente. Si el término Relaciones Públicas ampara una multitud de actividades, su objetivo ha sido influir en la opinión pública, desde hace tiempo.
 RELACIONES PUBLICAS, ACTIVIDAD, INVESTIGACION, OPINION PUBLICA, FUNCION
- 490 Queiroz Nazareth, Henrique de
 Evolución de un concepto.
 En: RP, Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.99, (2. trimestre 1988.); p.43.
 Las relaciones públicas nacieron por motivos económicos

pero son, ante todo, una función social. Han existido abusos y distorsiones en este fenómeno.
RELACIONES PUBLICAS, SOCIEDAD, COMUNICACION, GRUPO SOCIAL.

491 Costa dos Santos, María Margarita

Las relaciones públicas como apoyo socio cultural.
En: RP Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.99, (2. trimestre 1988); p.44-45 Diferencias entre los términos comunidad y sociedad. El establecimiento de unas relaciones fáciles, ampliamente abiertas en los sentidos ascendente y descendente, es la única forma de alcanzar una integración humana sin la cual la comunidad de trabajo no funciona. Las relaciones públicas se asientan en la libre circulación de la información.
SOCIEDAD, COMUNIDAD EUROPEA, OPINION PUBLICA, EMPRESA, MENTALIDAD.

492 Aveilar, Soeiro, Domingo de

Relaciones Públicas en la Administración Pública
En: RP, Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.99, (2. trimestre 1988); p.46-48 Las relaciones públicas son un instrumento de comunicación objetiva y real para los individuos y los grupos, con la finalidad de merecer su confianza en cualquier asunto administrativo y llevarlos a adoptar una actitud favorable. Estamos en una época en que las administraciones y las personas deben comunicarse para informar y convencer, nunca para imponer.
ADMINISTRACION PUBLICA, EMPRESA, ESTADO, FUNCION PUBLICA, INSTITUCIONES, IMAGEN.

493 Flores Bao, Francisco

Perfil profesional del relacionista al inicio del año 2000 En: RP Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n. 100 (4. trimestre 1988); p.6-14
El autor señala las diferencias existentes entre las escuelas europeas y norteamericana de R.P., así como la configuración futura de una Escuela Iberoamericana. Afirma también, que los nuevos cambios tecnológicos incidirán profundamente en el perfil del relacionista del año 2000.
RELACIONES PUBLICAS, FIARPC (Federación internacional de Relaciones Públicas), RELACIONISTA, OPINION PUBLICA, PROFESION.

494 Becerra, Alejandro

Relaciones Públicas Publicitarias
En: RP, Revista Internacional de relaciones públicas. -- n.100, (4. trimestre 1988); p.17-20 Las empresas necesitan comunicarse de un modo u otro, con sus clientes potenciales antes de iniciar cualquier acercamiento, de venta. El público se inclina hacia las industrias que tienen una buena imagen. Es necesario una investigación de las audiencias para averiguar qué es lo que éstas quieren y necesitan.
EMPRESAS, PUBLICIDAD, CONSUMIDOR, IMAGEN DE MARCA.

495 CASADO ESQUINS, Luis

Las relaciones interpersonales en la organización.
En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4. TRIMESTRE 1988); p.26-29 Aportaciones de la corrien-

te psicológica del análisis transaccional en el interior de las organizaciones y su utilización como elemento coordinador dentro de los grupos.
ANALISIS TRANSACCIONAL, COMUNICACION HUMANA

496 XIFRA HERAS, Jorge

Relaciones públicas: dimensión científica y pedagógica.
En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.32-36 El comportamiento humano es el objetivo de las relaciones públicas, a estas les incumbe la tarea de gestionar los asuntos comunes y de promover los procesos de educación y socialización. Está llamada también a colmar las ansias informativas del pueblo.
RELACIONES PUBLICAS, ACTIVIDAD SOCIAL, OPINION PUBLICA, PERSUASION

497 MATRAT, Lucien

Pedagogía cibernética y relaciones públicas.
En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.38-39 Para Lucien Matrat, las relaciones públicas deben abrir una vía de comunicación que permita la respuesta por parte del receptor. Matrat establece un paralelismo entre la función pedagógica y el proceso comunicativo. El principio del mecanismo comunicativo consta de 3 partes: la cadena directa, la cadena lateral y la cadena refleja.
PEDAGOGIA, RELACIONES PUBLICAS, EMISOR, RECEPTOR, MENSAJE

498 GORDILLO FIGUEROA, J. René

Consideración sobre las relaciones públicas.
En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.40-43 Se hace necesario la fundamentación científica de las relaciones públicas ya que su aplicación nos permite valorar las actitudes de las personas, así como los hechos que determinaron tales circunstancias. Intento de definir las relaciones públicas, su misión.
RELACIONES PUBLICAS, COMUNICACION, PROPAGANDA

499 Mesa redonda: la comunicación y el marketing ante las nuevas tecnologías.

En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.50 En octubre, la Revista Internacional de Relaciones Públicas organizó una mesa redonda sobre la incidencia de las nuevas tecnologías en la comunicación y el marketing.
COMUNICACION, NUEVAS TECNOLOGIAS, MARKETING, RELACIONES PUBLICAS, IMAGEN

500 MANSELL, Robin

Servicios de telecomunicación basados en redes: la estructura del mercado regulador en transición.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.671-703 XVI Congreso AIERI
TELECOMUNICACION, RED, REGULACION, INTERNACIONAL

501 MIEGE, Bernard

Desregulación y transformación del sistema francés de telecomunicaciones.

- Barcelona, Julio, 1988. -- p.704-718 XVI Congreso AIERI TELECOMUNICACION, FRANCIA, DESREGULACION
- 502 WITE, Eberhard
Reestructuración del sistema de telecomunicación en la RFA. Barcelona, Julio, 1988. -- p.719-736 XVI Congreso AIERI TELECOMUNICACION, RFA, TELEKON, SATELITE
- 503 COOPER, T.
Universales globales: En busca de un terreno común. Barcelona, Julio, 1988. -- p.737-804 XVI Congreso AIERI ETICA, COMUNICACION, VERDAD, RESPONSABILIDAD, INTERNACIONAL
- 504 DERVIN, Brenda
Las comunicaciones como identidad cultural. Barcelona, Julio, 1988. -- p.805-812 XVI Congreso AIERI IDENTIDAD CULTURAL, COMUNICACION
- 505 OGAN, C.
La proliferación de nuevas tecnologías y su impacto en la cultura: Una agenda de investigación para el estudio intercultural de los VCR. Barcelona, Julio, 1988. -- p.813-840 XVI Congreso AIERI NUEVAS TECNOLOGIAS, CULTURA, IMPACTO, INVESTIGACION, VCR, TERCER MUNDO, MAGNETOSCOPIO, VIDEO
- 506 SERVAES, Jan
Identidad cultural en el Este y el Oeste. Barcelona, Julio, 1988. -- p.841-860 XVI Congreso AIERI IDENTIDAD CULTURAL, SOCIALISMO, CAPITALISMO
- 507 EL-BATRIK, Nesma
Identidad nacional y comunicación audiovisual. El caso egipcio, los objetos de un análisis sociológico. Barcelona, Julio, 1988. -- p.861-878 XVI Congreso AIERI IDENTIDAD CULTURAL, NACIONAL, COMUNICACION AUDIOVISUAL, EGIPTO, SOCIOLOGIA
- 508 RENATO LÓPEZ, Andrés
Comunicación y tecnología. Bases para un progreso. En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.54-55 Definición de base de datos, clasificación. Función de la teledocumentación. Diferentes bases de datos. TELEDOCUMENTACION, BASE DE DATOS, ORDENADOR, NUEVAS TECNOLOGIAS
- 509 CERVERO, Nieves
Comunicación y tecnología: informática y empresas de servicios. En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.56 El sector servicios es el ámbito económico que especialmente se ha beneficiado de las nuevas tecnologías, a la hora de conseguir una mayor efectividad en sus prestaciones y un ahorro de tiempo y esfuerzo. EMPRESA, TRANSICION, INFORMATICA
- 510 CUENDE, José M.
Nuevas tecnologías, nueva comunicación. En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.57 José M. Cuende establece la influencia de las nuevas tecnologías en las relaciones públicas. Estas, la publicidad y la promoción son actividades complementarias y forman parte de lo que se llama comunicación persuasiva. Análisis de la competencia interempresas en el área de la comunicación persuasiva. NUEVAS TECNOLOGIAS, COMUNICACION PERSUASIVA, MENSAJE, IMAGEN, PUBLICIDAD, RELACIONES PUBLICAS, PROMOCION
- 511 IZQUIERDO, Javier
Los retos de la prensa técnica de cara a 1992. En: Fundesco. -- n.87 (Noviembre 1988); p.16-17 La entrada en el mercado español de las grandes y medianas editoriales europeas, principalmente italianas, francesas y alemanas, van a cambiar en gran manera nuestro sector editorial de cara a 1992. PRENSA TECNICA, EDICION, ESPAÑA
- 512 GAMEZ, Enrique
La tecnología podría hacernos olvidar el contacto humano. En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n.100 (4 trimestre, 1988); p.61 Las necesidades tecnológicas que tienen las empresas de relaciones públicas se refieren sobre todo al abaratamiento de los costes así como la obtención de la mejor calidad del trabajo. Futuras innovaciones tecnológicas. NUEVAS TECNOLOGIAS, RELACIONES PUBLICAS, EMPRESA, CLIENTES
- 513 Duelo de Titanes.
En: I.P.Mark. -- n.302 (16-31 enero, 1988); p.28-44 Análisis y exposición de la creatividad publicitaria en los principales spots emitidos por RTVE en 1987. Presentación de la agencia publicitaria que los realizó y estadística de su nivel de creatividad en el ranking publicitario. PUBLICIDAD, CREATIVIDAD, ESPAÑA. TELEVISION
- 514 BAUDRILLARD, Jean
Más allá de lo verdadero y lo falso, o el genio maligno de la imagen. En: Cuadernos del Norte. -- n.50 (Julio-Septiembre, 1988); p.9-12 Ensayo sobre la imagen de los medios de comunicación y la tecnológica. Estudio de cómo las masas obedecen a los modelos que se les propone, que, en la mayoría de los casos, no reflejan la realidad, son imágenes falsas. IMAGEN, REALIDAD, REPRESENTACION, MEDIACION, SOCIEDAD
- 515 DIAZ, Lorenzo
El síndrome de Tom Wolfe (Los periodistas en la transición democrática española). En: Cuadernos del Norte. -- n.48 (Marzo-Abril, 1988); p.66-69 Análisis y recorrido sociohistórico sobre el papel de periodistas y prensa desde el siglo XIX y los medios de

comunicación hoy entre los poderes políticos y sociales. Desde que fuera el cuarto poder, consiguiendo la libertad de prensa a la vez que se alzaba el mito de la objetividad, hasta hoy, cuando muchos profesionales se acomodan tras una postura unidireccional en nuestra sociedad.

ESPAÑA, PRENSA, HISTORIA, MEDIOS DE COMUNICACION, DEMOCRACIA

516 RUBIO LLORENTE, Francisco

El trámite de admisión del recurso de amparo.

En: *Civitas*. -- n.60 (Octubre-Diciembre, 1988) ; p.507-530
Comentario a la Ley Orgánica 6/1988 publicada el 11 de junio en el BOE y que modifica dos artículos de la LOTC, el 50 y el 86.1. El escrito recoge el contenido de la Ley sobre Recurso de Amparo, su tramitación en Cortes por diversos grupos políticos, notas de Derecho comparado con Alemania y Austria y un comentario crítico sobre la Ley por parte del autor del artículo.

TELECOMUNICACION, RECURSO DE AMPARO, LEGISLACION, ESPAÑA, ALEMANIA, AUSTRIA, TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

517 La comunicación rentable.

En: *Control*. -- n.305 (Enero, 1988) ; p.53-55 Balance del año 1988, en lo que se refiere a Marketing Directo y Promoción de Ventas, llegando a la conclusión de que en 1987 ha habido un mayor impulso, tanto a nivel profesional como empresarial. Hace una clara distinción entre las técnicas de comunicación, que ayudan a elaborar un buen marketing para la empresa.

MARKETING DIRECTO, PROMOCION, VENTAS, PUBLICIDAD, RELACIONES PUBLICAS, PATROCINIO

518 Directamente al consumidor.

En: *Control*. -- n.305 (Enero, 1988) ; p.56-57 Explica las funciones de la publicidad y del marketing directo, sobre el cual, dice, que la principal función es vender. Diferencia sus funciones y hace una apreciación de sus efectos en los distintos medios de comunicación.

MARKETING DIRECTO, PUBLICIDAD, MEDIOS DE COMUNICACION

519 RIVAS, Rosa

La tele como revista de decoración.

En: *Cuadernos del Norte*. -- n.47 (Enero-Febrero, 1988) ; p.52-53 Análisis de la influencia que tiene la televisión en la decoración de los hogares, al intentar crear un ambiente en ellos como el que nos muestran las películas y programas televisivos.

TELEVISION, DECORACION

520 GRACIA NORIEGA, José Ignacio

William Faulkner y el cine.

En: *Cuadernos del Norte*. -- n.51 (Octubre-Noviembre, 1988) ; p.70-74 Repaso de la filmografía de William Faulkner, como guionista de cine, y que como novelista norteamericano ha sido uno de los más adaptados a la pantalla. Incluye fotografías de las películas más representativas de su trayectoria cinematográfica.

CINE, FAULKNER, William, USA

521 LOPEZ, Guillermo

Diario Madrid. Historia de una voladura, historia de una reconstrucción.

En: *Periodistas*. -- n.10 (Febrero-Marzo, 1988) ; p.4-9 Cronología del diario Madrid desde su nacimiento hasta nuestros días. El 8 de abril de 1939 comienza la andadura del nuevo periódico Madrid con una tirada media entre los treinta y cuarenta mil ejemplares. 1971, el diario Madrid recibe la orden de cierre del periódico. Se inicia una batalla legal que acaba en 1984 donde el Consejo de Ministros fija la cantidad a percibir por el diario Madrid en concepto de indemnización. Búsqueda de local y comienzo de una nueva etapa para el periódico.

MADRID, PERIODICO, FOMENTO Y ACTIVIDADES CULTURALES

522 HAENNI, Charles S.

Secreto profesional.

En: *Periodistas*. -- n.14 (Septiembre, 1988) ; p.28-29 El reconocimiento de este derecho y cómo proteger a los informadores y sus fuentes es analizado desde la óptica extranjera.

SECRETO PROFESIONAL, PERIODISTA, PROTECCION, LEGISLACION

523 BENITO, Angel

Periodismo y Universalidad: cursos de verano.

En: *Periodistas*. -- n.14 (Septiembre, 1988) ; p.12-22 Las universidades de verano se han convertido en los grandes centros culturales de los meses de vacaciones. La Universidad Internacional Menéndez Pelayo y la Universidad Complutense parte de la profesión periodística se trasladó a los recintos universitarios para debatir los temas más candentes que afectan a los medios de comunicación.

COMUNICACION DE MASAS, LIBERTAD DE INFORMACION, PRENSA, INFORMACION, PROPAGANDA, POLITICA, PARTICIPACION, MANIPULACION

524 BARCIELA, Fernando

Los periodistas en la España de finales de los ochenta.

En: *Periodistas*. -- n.14 (Septiembre, 1988) ; p.6-11 Diversos periodistas de varios medios de difusión diseccionan y analizan las preocupaciones que más les afectan: sueldos y horarios. Llegan a la conclusión de que los sueldos son relativamente bajos, ausencia de representatividad sindical, horarios de trabajo exhaustivos y criterios de reclutamiento y selección profesional que responden escasamente a la calidad de los profesionales.

PERIODISTAS, SUELDO, HORARIOS, PROFESION, SELECCION, CONTRATACION, ESPECIALIZACION

525 GARCIA, Florencio

Distribución-tv, un matrimonio bien avenido.

En: *Periodistas*. -- n.14 (Septiembre, 1988) ; p.4-5 Las nuevas tiendas que venden con imágenes en todo el mundo a través de la pequeña pantalla, la tele-compra acaba de hacer su primera aparición en España. Cuando en EEUU se espera que en 1992 el mercado ascienda a 5.700 millones de dolare y en Francia ascienda una vez que se reglamente este

tipo de emisión; en España sólo se ha dado un primer intento de salida. El camino es largo, pero con futuro.

TELEVISION, DISTRIBUCION, IMAGEN, MARKETING

526 RELANO, Alfredo

La violencia en los estadios. El mensaje deportivo.

En: Periodistas. -- n.14 (Septiembre, 1988) ; p.82-84 Dos profesionales del mundo del deporte, uno desde la óptica del informador y el otro como ex-jugador, analizan en un simposio, las agresiones y tensiones del gran espectáculo de nuestro siglo: el fútbol.

VIOLENCIA, DEPORTE, PERIODISTA, FUTBOL, AGRESION

527 BARCIELA, Fernando

Marcando la diferencia.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.4-11 Análisis de la prensa española por parte de profesionales españoles y europeos. Prensa al nivel europeo en lo que a contenidos y forma se refiere.

PRENSA, ESPAÑA, CREDIBILIDAD, REDACCION, PODER

528 MARTIN GIL, Santiago

Informe pero seguro.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.18-26 Un grupo de periodistas y aseguradores celebraron una mesa redonda en la Asociación de la Prensa de Madrid para hablar sobre la prevención de los riesgos de la profesión, considerada entre las más conflictivas.

LEGISLACION, PROFESION, PELIGROSIDAD, SEGURO, PERIODISTAS, RESPONSABILIDAD CIVIL

529 URRABURO, Joaquín

Seguros para otros riesgos.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.30-33 El periodista está sometido a una gran variedad de posibles accidentes. La cobertura de informaciones sobre siniestros y desastres de cualquier naturaleza le hacen proclive a sufrir accidentes de automóvil, o a tener percances en los sitios desde los que va a informar de cualquier incendio, tragedia, robo, etc.

PERIODISTA, TRABAJO, PELIGROSIDAD, PROFESION, SEGURO

530 HOLGADO, Jorge

Seguros para asegurar la seguridad.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.33-36 La seguridad en las carreteras es uno de los puntos más importantes y que más prevision necesitan por parte de muchos periodistas. Seguro de jubilación, de enfermedad, de accidentes.

SEGURIDAD SOCIAL, PERIODISTA, TRABAJO

531 SANCHEZ OCAÑA, Ramón

El periodista y el usuario del seguro.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.36-39 Se hace necesario que en los periódicos hubiera una sección dedicada a informar sobre los seguros.

PERIODISTA, HACIENDA, SEGUROS, CONSUMO, PERIODISMO

532 PRIETO, Sergio

La mutación de la prensa francesa.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.92-100 La prensa francesa se enfrenta desde sus orígenes al proteccionismo del poder político. Hoy, los franceses son grandes consumidores de semanarios pero cada vez leen menos periódicos. El Presidente Mitterand propone proteger a los grupos franceses de las multinacionales de la comunicación. La prensa escrita queda abandonada a sus propias intrigas.

MEDIO AUDIOVISUAL, PRENSA, PUBLICIDAD, FRANCIA

533 Bases de datos, un proceso irreversible.

En: Periodistas. -- n.13 (Junio-Julio, 1988) ; p.130-133 La evolución de la sociedad ha dado lugar a un mercado de sistemas informáticos que organizan la avalancha de datos. Esto ha supuesto la creación de empresas de servicios que proporcionan al usuario, de forma rápida y sencilla, la información acumulada en bases de datos.

INFORMACION, BASES DE DATOS, ORDENADOR

534 SULLIVAN, Peter

El grafismo informativo.

En: Periodistas. -- n.12 (Mayo, 1988) ; p.4-10 Peter Sullivan, director gráfico de The Sunday Times pronunció una conferencia sobre el periodista gráfico durante la celebración de un seminario organizado por la Universidad de Navarra. Analizó las formas de trabajo, los brillantes resultados y el futuro prometedor que se espera para esta variante del periodismo, con ejemplos de su propia experiencia profesional.

SUNDAY TIMES, FOTOGRAFIA, PERIODICO, PERIODISTA ILUSTRADOR, PRENSA GRAFICA

535 BARCIELA, Fernando

Información y publicidad.

En: Periodistas. -- n.12 (Mayo, 1988) ; p.12-20 En este reportaje se analiza la relación entre la publicidad y la información.

PUBLICIDAD, PRENSA, INFORMACION, PUBLICIDAD ENCUBIERTA

536 GARCIA, Florentino

La prensa suiza.

En: Periodistas. -- n.12 (Mayo, 1988) ; p.67-78 Se analiza el funcionamiento de los medios de comunicación en este país. Periodismo descentralizado, diversificado y esencialmente local y regional. A pesar del desarrollo de los medios audiovisuales, las tiradas globales de los periódicos siguen progresando.

SUIZA, MEDIO INFORMATIVO, PRENSA, MONOPOLIO, RADIO, TELEVISION

537 Villares, M^a José

El Telemarketing ante el reto tecnológico.

En: RP Revista Internacional de Relaciones Públicas. --

- n.100 (4. Trimestre 1988) ; p.60 Se analiza de qué manera contribuye el desarrollo tecnológico a mejorar la labor de comunicación. Una de las últimas tecnologías aplicadas es el telemarketing.
MERCADO, TELEMARKETING, TELEFONICA, TECNOLOGIA.
- 538 Flanagan Simonsen, Catalina.
El uso del cine en las relaciones públicas.
En: RP. Revista Internacional de Relaciones Públicas. -- n. 100 (4. trimestre 1988) ; p.22-25 Analiza los servicios que un medio de comunicación como el cine puede presentar a las relaciones públicas.
CINE, RELACIONES PUBLICAS, OPINION PUBLICA
- 539 Minguell, Jordi
Italia, el periodismo: una profesión bien organizada.
En: Periodistas. -- n. 9 (Enero 1988) ; p.4-10.
Análisis de la organización laboral y profesional del periodismo en Italia.
PERIODISTAS, LEGISLACION, SINDICATO, TRABAJO, ITALIA.
- 540 García, Florentino
La fuerza de la imagen.
En: Periodistas. -- n. 10 (Febrero-Marzo 1988) ; p.20-25 Ernesto Walfisch, argentino residente en Madrid, obtuvo el primer premio Fotopress88 que concede en su sexta edición la Fundación Caja de Pensiones, por su instantánea titulada Adios a la OPA que publicó en La Vanguardia, el 5 de Diciembre de 1987.
FOTOGRAFIA, PRENSA
- 541 La prensa cambia de piel.
En: Periodistas. -- n.10 (Febrero-Marzo 1988.) ; p.10-18 El diseño de los periódicos españoles fue analizado en un seminario organizado por la Facultad de C.C. de la Información de Navarra. La primera página de un periódico ko la portada de una revista son el vivo reflejo de lo que podemos encontrar en su interior.,
DISEÑO, PERIODICO, FORMATO.
- 542 Beneyto, Juan
Memorias sobre la Información y la política de prensa durante el franquismo.
En: Periodistas. -- n.9 (Enero 1988) ; p.68-74 Memorias del autor referentes al breve periodo de su presentación en el centro directivo competente en noticias de prensa.
PRENSA, POLITICA, FRANQUISMO.
- 543 SINOVA, Justino
El acoso a la libertad de información en una sociedad pluralista.
En: Periodistas. -- núm.10 (Febrero, 1988) ; p.110-114 Justino Sinova, Director Adjunto de Diario 16, ha sido uno de los participantes en la redacción del libro Diez cuestiones del panorama español, donde analiza la libertad en el libre ejercicio del periodismo.
LIBERTAD DE INFORMACION, ESTADO, TELEVISION, PRIVADA, MONOPOLIO, TVE, LOT
- 544 BENEYTO, Juan
De San Sebastián a La Coruña.
En: Periodistas. -- núm.10 (Febrero-Marzo, 1988) ; p.116-123 Beneyto en este segundo capítulo de sus memorias relata su llegada a la Dirección General de Prensa. Comienza una etapa de liberalización y de menor censura. Los periódicos expresan sus ideas e incluso hablan de la monarquía.
PRENSA, ESPAÑA, HISTORIA, FRANQUISMO
- 545 CALVO HERNANDO, Manuel
Los nuevos desafíos del periodismo científico.
En: Arbor. -- núm.511-512, tomo CXXX. (Julio-Agosto, 1988) ; p. 9-19 Plantea los efectos que tienen las nuevas tecnologías en las relaciones existentes entre ciencia, tecnología, educación y comunicación. Defiende el uso de los medios de comunicación para el enriquecimiento cultural del público medio. Periodismo en los años 2000. Notas bibliográficas.
NUEVAS TECNOLOGIAS, CIENCIA, MEDIO INFORMATIVO, EDUCACION, PERIODISMO, ADAPTACION
- 546 GARCIA PAZ, Raimundo
El coraje de los periodistas chilenos.
En: Periodistas. -- núm.15 (Octubre, 1988) ; p.4-5 Treinta días antes del plebiscito en que Pinochet fue derrotado en las urnas, periodistas de todo el mundo se dieron cita en Santiago de Chile, para exigir la libertad de expresión necesaria en todo el proceso electoral.
PLEBISCITO, LIBERTAD DE EXPRESION, OPOSICION, PERIODISTA, REGIMEN, SOLIDARIDAD, CHILE
- 547 BARCIELA, Fernando
La prensa y el gobierno socialista.
En: Periodistas. -- núm.15 (Octubre, 1988) ; p.6-14 Antes del 82 las perspectivas que se representaban para las relaciones entre periodistas y el nuevo gobierno socialista eran risueñas. La idea era la siguiente: había sobresaltos y tensión pero la amistad se mantendría. Hoy, seis años después, parece que no ha sido así, la amistad no se ha mantenido y el diagnóstico casi unánime de los profesionales es que la vida en común entre los dos colectivos es extremadamente difícil.
PRENSA, GOBIERNO, RELACIONES, DISCRIMINACION, CRITICA, PROFESIONAL
- 548 BOURDIEU, Pierre
La virtud civil.
En: Periodistas. -- núm.15 (Octubre, 1988) ; p.16-17 Polémico artículo de Pierre Bourdieu convocando a intelectuales y periodistas para ejercer la vigilancia cívica.
POLITICA, DISCORDANCIA, INTELLECTUAL, PERIODISTA, VIGILANCIA CIVICA
- 549 Un siglo de prensa satírica española.
En: Periodistas. -- núm.14 (Septiembre, 1988) ; p.78-80 La primera exposición en nuestro país de este género reunió a 150 publicaciones humorísticas, siendo su principal responsable Javier Domingo.
PRENSA SATIRICA, ESPAÑA, HUMOR

550 SAN ANDRES, M. Teresa

RNE: cincuenta años de historia y uno más.

En: *Periodistas*. -- núm.9 (Enero, 1988) ; p.18-22 Historia del nacimiento y desarrollo de RNE hasta su actual situación: la fusión de esta y RCE, por la que estas dos sociedades se convierten en una sola. Comienza una nueva era para RNE.

PROGRAMACION, RADIO, ESPAÑA, RNE

551 MARTINEZ ALBERTOS, José Luis

Lenguaje político y periodismo.

En: *Periodistas*. -- núm.9 (Enero, 1988) ; p.12-14 Estudio del lenguaje político y su mala influencia en los textos periodísticos. Los políticos han contagiado su hermetismo esotérico a los periodistas, cuyo principal cometido es el contrario: hacer inteligibles a todo el mundo los relatos y comentarios de las cosas que ocurren.

POLITICA, LENGUAJE, PERIODISMO, TELEVISION

552 HOZ, Enrique de la

Apaga y vámonos.

En: *Antena de Radio y Televisión*. -- núm.17 (Agosto, 1988) ; p.24-25 Artículo sobre la cultura musical y la televisión. Pone de manifiesto la escasa importancia que da la televisión a estos temas, emitiendo estos espacios en las horas peores de la programación. Por lo general, llega a la conclusión, de que falta imaginación y hay una gran insensibilidad cultural.

TELEVISION, MUSICA, CULTURA, CONCIERTOS, OPERA, PROGRAMACION

553 PEREZ CALDERON, Miguel

La noticia y el spot, cada vez más juntos.

En: *Antena de Radio y TV*. -- núm.21 (Diciembre, 1988) ; p.27 Frente a la tradicional separación entre información y publicidad mantenida en la independencia entre prensa y televisión, la rapidez actual y la competencia publicitaria provocan, según el autor, el efecto spot publicitario sobre la noticia informativa. Quizás sea el momento de reducir las tradicionales distancias.

INFORMACION, PUBLICIDAD, ANUNCIO, COMPETENCIA

554 RONCAGLIULO, Rafael

Notas sobre la investigación en comunicaciones en América Latina.

II Simposio Internacional de AIC sobre Políticas Informativas y de Comunicación. El Estado de la Comunicación en España. Madrid.

7-10 febrero, 1989 Ponencia sobre el estado de la investigación en comunicación en latinoamérica en varios momentos de su evolución. Sitúa, finalmente, la posición de investigadores de comunicación en este continente entre dos polos: la democratización de sistemas comunicativos y por otro lado facilitar el flujo informativo a través de empresas transnacionales asegurando la identidad cultural de estos países.

COMUNICACION, POLITICA, NUEVAS TECNOLOGIAS, CULTURA, DEMOCRACIA, INFORMACION

555 MARTIN BARBERO, Jesús

Investigación de la comunicación y análisis sociocultural.

II Simposio Internacional de la AIC sobre Políticas Informativas y de Comunicación.

7-10 febrero, 1989 20p.

Resumen de la quinta sesión del Simposio que trata del giro que está sufriendo la investigación de la comunicación en América Latina. Se apuntan los cambios sufridos en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión.

MEDIO INFORMATIVO, AMERICA LATINA, PRENSA, RADIO, TELEVISION

556 ZALLO, Ramón

La investigación en economía de la comunicación en España.

II Simposio Internacional de la AIC...

7-10 febrero, 1989 22p.

Describe la situación actual de la investigación en Economía de la comunicación en España.

COMUNICACION, EMPRESA, INFORMACION, INVESTIGACION, ESPAÑA

557 PRADO, Enlio

Políticas informativas y de comunicación.

II Simposio Internacional de la AIC...

7-10 febrero, 1989 14p.

Visión panorámica del sistema comunicativo español, prestado especial atención a la política informativa de radio y televisión.

COMUNICACION, INFORMACION, POLITICA, RADIO, TELEVISION, ESPAÑA

558 ALONSO ERAUSQUIN, Manuel

Objetivos y voluntades: Reflexión sobre las políticas de comunicación en España.

II Simposio Internacional de la AIC...

7-10 febrero, 1989 21p.

Análisis de las prácticas comunicativas españolas que se concretan en la limitación del intervencionismo en favor de la autorregulación del mercado, carencia de planteamientos globales, debilidad emprendedora, escasez de participación, fragilidad internacional, tencidad selectiva en las opciones exteriores.

COMUNICACION, POLITICA, ESPAÑA

559 CAFFAREL, Carmen; DOMÍNGUEZ, Milagros y ROMANO, Vicente.

El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987).

II Simposio Internacional de la AIC...

7-10 febrero, 1989 53p.

Análisis de trabajo de investigación sobre comunicación realizados en España entre 1978 y 1987.

COMUNICACION, INFORMACION, INVESTIGACION, BIBLIOGRAFIA, ESPAÑA

560 MAZO, Juan Manuel

El estado de la comunicación en España.

II Simposio Internacional de la AIC...

7-10 febrero, 1989 21p.

Características básicas de las distintas prácticas comunicativas en la empresa y en la sociedad.
INFORMACION, EMPRESA, PUBLICIDAD, PROPAGANDA

561 GUBERN, Román
El horizonte audiovisual de los 90.
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 20p.
Características del mercado audiovisual europeo y evolución previsible.
MEDIO AUDIOVISUAL, EUROPA, ESPAÑA

562 FRANQET, Rosa
Análisis económicos.
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 9p.
Presenta los trabajos de investigación realizados sobre la importancia económica del sector audiovisual, escasos en España pero numerosos en el extranjero. Estudia las operaciones comerciales en empresas de comunicación (industria televisiva y radiofónica) que operan a escala internacional, mostrando los datos más recientes.
CONGRESO, ECONOMIA, INDUSTRIA, MEDIOS DE COMUNICACION, RADIO, TELEVISION, ESPAÑA

563 PROSS, Harry
¿Puede haber una política europea de medios?
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 Ponencia sobre el futuro probable y conveniente en el marco comunicativo europeo. La promesa de la eurocomunidad del 92, provoca reflexiones sobre los gustos, tendencias, géneros y políticas informativas de los medios y métodos de comunicación para una democratización europea.
COMUNICACION, INFORMACION, MEDIOS, EUROPA 92

564 MIEGE, Bernard
La question de l'Economie dans la recherche en communication.
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 Plantea la relación existente entre la economía y la investigación en el campo de la comunicación.
COMUNICACION, INVESTIGACION, ECONOMIA

565 WOLF, Mauro
Entes locales, estrategias de comunicación, sistema de los Medios.
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 6p.
COMUNICACION LOCAL, ESTRATEGIA

566 CUEVAS PUENTE, Antonio
El horizonte audiovisual de los 90.
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 18p.
Expone la posible evolución del panorama audiovisual europeo en los próximos años a partir de la situación actual.
MEDIO AUDIOVISUAL, EUROPA, ESPAÑA

567 DIAZ NOZTY, Bernardo
La nueva identidad de la prensa española: la prensa española en el contexto europeo.
II Simposio Internacional de la AIC...
7-10 febrero, 1989 23p.
Resumen de la sexta sesión del Simposio que recoge la situación de la prensa española, su desarrollo tras un largo periodo de crisis, y su situación en el contexto europeo.
PRENSA, ESPAÑA, EUROPA

568 OVEJERO, Rosa
Ya hay un proyectp de Ley General de Publicidad.
En: Telos. -- núm.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.131-132
Comentario sobre el Proyecto de Ley de Publicidad tras 3 anteproyectos anteriores que no fueron aceptados. Recoge las líneas legislativas y publicitarias para los anunciantes y consumidores así como el tratamiento de la publicidad política o estatal, sujeta a los mismos principios de juego.
PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA

569 BLANCO, Luis y GONZALEZ MONCLOS, Antonio
Video y enseñanza.
En: Medios audiovisuales. -- n.160 (1988) ; p.16-19
Presentación crítica de dos profesionales de la enseñanza sobre las ventajas e inconvenientes del equipo de video como material didactico. Supone un esfuerzo desde los educadores y centros de enseñanza para obtener un rendimiento pleno del material aplicado a diferentes campos de enseñanza.
VIDEO, ESCUELA, PEDAGOGIA, ENSEÑANZA, DIDACTICA

570 DRAGO, Chavela
Próximo debate parlamentario del Plan Nacional de Investigación.
En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.130-131
Presentación del Proyecto del Plan Nacional en Tecnología y Ciencia, que se presentó en las Cortes en 1987. Analiza los plazos y la organización del Plan de España a nivel nacional y autonómico.
INVESTIGACION, ESPAÑA, CIENCIA, LEGISLACION, 1987

571 REY, Emilio
Jornadas Técnicas sobre la LOT.
En: Telos. -- N.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.125-127
Resumen de la Conferencia en Vigo organizada por Radio Televisión de Galicia sobre LOT. Recoge la preocupación por el posible intervencionismo administrativo junto a otras críticas de la Ley de Ordenación de Telecomunicaciones, que pueda suponer un paso atrás en la libertad informativa.
LOT, TELECOMUNICACIONES, LEGISLACION, ESPAÑA

572 ELEXPURU, Manuel
¿Por qué se tienen que anunciar los diarios?.
En: AEDE. -- n.13 (1er. semestre, 1988) ; p.10-15
Presenta la concepción histórica y actual entre prensa y publicidad como una necesidad para las empresas periodísticas. Propone nuevos caminos de relación entre ambas.
PUBLICIDAD, PRENSA

- 573 ALEXANDRE, Laurien
Vender el Estado: diplomacia pública, medios gubernamentales y Ronald Reagan.
Barcelona, Julio, 1988. -- p.989-1001 XVI Congreso AIERI
POLITICA, COMUNICACION, USA, REAGAN, Ronald
- 574 COOPER, Anne
Noticias internacionales televisadas en cinco países: Exhaustividad, insularidad y capacidad pragmática.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1002-1023 XVI Congreso AIERI
TELEVISION, INTERNACIONAL, INFORMACION
- 575 DANIELIAN, Lucig; BRENDLINGER, Nancy y SHOEMAKER, Pamela
¿Quién se cubre y por qué?: El uso de la significación social y manipulada para explicar la cobertura norteamericana de noticias sobre acontecimientos mundiales.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1024-1053 XVI Congreso AIERI
INFORMACION, INTERNACIONAL, COBERTURA, USA
- 576 ELEWAINY, Mohamed
El papel de la cultura en la comunicación internacional.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1054-1066 XVI Congreso AIERI
COMUNICACION, CULTURA, INTERNACIONAL
- 577 ELEWAINI, Mohamed
El mundo árabe y la comunicación internacional.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1067-1089 XVI Congreso AIERI
COMUNICACION, INTERNACIONAL, PAISES ARABES
- 578 CHU, James y GROSS, Peter
Corresponsales extranjeros que cubren Taiwan: Estudio preliminar de actitudes, percepciones y procesos.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1090-1113 XVI Congreso AIERI
INFORMACION, INTERNACIONAL, TAIWAN, CORRESPONSAL
- 579 ABBAS, Qaisar
¿Desarrollo o dependencia?. Polémicas teóricas de las comunicaciones para el desarrollo y sus teóricas de las comunicaciones para el desarrollo y sus consecuencias en el Tercer Mundo.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1193-1219 XVI Congreso AIERI
DESARROLLO, COMUNICACION, TERCER MUNDO, DEPENDENCIA
- 580 MURCIANO, Marcial
La investigación de la comunicación internacional: comentario de la presencia a nivel mundial.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1139-1192 XVI Congreso AIERI
- COMUNICACION, INTERNACIONAL, INVESTIGACION
- 581 MALEK, Abbas
Telecomunicaciones y asuntos internacionales: un estudio de caso de la serie de televisión Capital to Capital.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1114-1138 XVI Congreso AIERI
TELECOMUNICACION, INFORMACION, INTERNACIONAL, TELEVISION, SERIE
- 582 FREDERICK, Moward
La Declaración sobre los media de la UNESCO: su cumplimiento diez años después.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1220-1237 XVI Congreso AIERI
UNESCO, COMUNICACION, DECLARACION, 1978
- 583 ROACH, Colleen
Contexto y contradicciones de la posición norteamericana sobre el nuevo orden mundial de la información y de la comunicación.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1390-1446 XVI Congreso AIERI
NOII, USA, COMUNICACION, INTERNACIONAL
- 584 SOON JIN KIM
Crecimiento potencial de Efe.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1447-1459 XVI Congreso AIERI
EFE, INFORMACION, INTERNACIONAL, AGENCIA
- 585 LIMA, Venicio de
Estado, televisión y poder político en Brasil.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1460-1502 XVI Congreso AIERI
TELEVISION, PODER, POLITICA, BRASIL
- 586 LUTHER, Sara
Yankis en La Habana: Un seminario sobre comunicación de masas.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1503-1558 XVI Congreso AIERI
COMUNICACION, USA, CUBA
- 587 FLORES-CARABALLO, Eliut
El rol de las nuevas tecnologías de la comunicación en los procesos políticos y culturales de Puerto Rico.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1559-1596 XVI Congreso AIERI
NUEVAS TECNOLOGIAS, POLITICA, CULTURA, COMUNICACION, PUERTO RICO
- 588 MAXWELL, Richard
Regionalismo y la lógica geográfica de la TV en España.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1597-1627 XVI Congreso AIERI
AUTONOMIA, TELEVISION, ESPAÑA
- 589 LAND, Mitchell
El desafío de la cultura industrializada del primer mundo

- hacia las culturas del Tercer Mundo. Especificación sobre la TV en Costa de Marfil.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1238-1280 XVI Congreso AIERI
CULTURA, INDUSTRIALIZACION, TERCER MUNDO, TELEVISION, COSTA DE MARFIL
- 590 RAHMAN, Awatef
El nuevo orden africano de la información y la comunicación. ¿Por qué y cómo?
Barcelona, Julio, 1988. --p.1281-1311 XVI Congreso AIERI
NOH, AFRICA, COMUNICACION
- 591 SONAIKE, Adefemi
Algunas limitaciones e impedimentos para la propia confianza como estrategia de desarrollo del Tercer Mundo: la lección de Nigeria.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1312-1345 XVI Congreso AIERI
TERCER MUNDO, DESARROLLO, COMUNICACION, NIGERIA
- 592 Oderman, Heinz
Relaciones Internacionales actuales de información y comunicación como elemento de un sistema internacional de paz y seguridad.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1346-1368 XVI Congreso AIERI
COMUNICACION, PAZ, SEGURIDAD, INTERNACIONAL.
- 593 Daza, Gladys.
Modelos de demanda y consumo de los productos televisivos comunitarios.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1369-1389 XVI Congreso AIERI
TELEVISION, DEMANDA, CONSUMO, CEE.
- 594 Contractor, N.y Singhal, R.
Una perspectiva de la dependencia de recursos sobre los sistemas de television en India y Mexico.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1628-1659 XVI Congreso AIERI
TELEVISION, INDIA, MEXICO, DEPENDENCIA.
- 595 Becer, Jorg
Telemática y otras aplicaciones extranjeras para Alemania Occidental. Una petición para una nueva relación Tercer Mundo- Europa.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1628-1659 XVI Congreso AIERI
TELEVISION, INDIA, MEXICO, DEPENDENCIA
- 596 Objetivo 92: empezó la venta de Europa.
En: I.P.Mark. -- n.308 (16-30 abril, 1988); p.43-55 Análisis de la estrategia de las grandes agencias publicitarias inglesas (Grupo WCRS) y francesas para vender la imagen del mercado único europeo que surgirá a partir de 1992. Competencias y formas de hacer de sus grandes rivales; las agencias de EEUU y Japón, negocios y contactos entre todas ellas, creación de un holding europeo de comunicación e información.
AGENCIAS, PUBLICIDAD, EUROPA, JAPON, USA, COMPETENCIA, MERCADO INFORMATIVO
- 597 KOTLER, Philip
Prepare su nicho para los 90 En: I.P.Mark. -- n.308 (16-30 abril, 1988); p.74-84 Exposición de las ideas del doctor Philip Kotler creador del concepto mega-marketing según el seminario realizado por él en Barcelona. Las alianzas empresariales son necesarias en los 90 así como un amplio conocimiento del mercado. Los 10 mandamientos para realizar marketing. Biografía de Philip Kotler. Opiniones sobre el mercado español y sus consejos para los pequeños y medianos empresarios de cara a Europa. Situación actual del marketing.
KOTLER, Philip, MARKETING, MERCADO, EMPRESA
- 598 Distribución por medios de la inversión publicitaria en 1987.
En: I.P. Mark. -- n.308 (16-30 abril, 1988); p.111-143 Tablas estadísticas de lo invertido en publicidad en cada medio (TV, radio, prensa escrita) según las marcas y áreas: alimentación, automóviles, etc, en el año 1987.
PUBLICIDAD, ESPAÑA, ESTADISTICA, INVERSION
- 599 ALONSO ERAUSGUIN, Manuel
La imagen material.
En: Medios audiovisuales. -- n.157 (Enero, 1988); p.24-28 Presentación de diversas definiciones del concepto imagen como percepción física y psíquica en el proceso cognitivo de la persona y su entorno, con la implicación de mediciones técnicas en las tecnologías actuales.
IMAGEN, PERCEPCION, TECNOLOGIA, CONOCIMIENTO
- 600 PASTOR, Antonio
Un mundo cada vez más informado.
En: Medios audiovisuales. -- n.157 (Enero, 1988); p.14-17 Informe contrastado en 10 años de crecimiento de medios informativos en general: periódicos, agencias emisoras de radio y televisión, frente al crecimiento de la población y su interés hacia la información.
MEDIOS DE COMUNICACION, TELEVISION, RADIO, EVOLUCION, POBLACION, INFORMACION
- 601 Treinta años de televisión en Chile.
En: Medios Audiovisuales. -- n.160 (1988); p.30-32 Presentación de la historia de la televisión en Chile, de propiedad estatal y chilena, que en 30 años de vida ha conseguido una gran calidad a nivel técnico y de contenidos. Explica su gestión a través del Consejo Nacional de Televisión, su programación nacional y extranjera, al 50% y las dificultades y proyectos de extensión de redes.
CHILE. TELEVISION, PROGRAMACION
- 602 II Festival de Cine de Barcelona.
En: Dirigido por. -- n.160 (Julio-Agosto, 1988); p.27-37

Crónica sobre el Festival de Cine de Barcelona de 1988. Exposición, descripción y crítica de las películas participantes. Resultado y entrega de premios. Anécdotas del Festival. FESTIVAL, CINE, BARCELONA, 1988

603 CEBRIAN HERREROS, Mariano

Realidad y mediación en la prensa: el periódico como instrumento pedagógico.

En: Fundesco. -- n.79 (Marzo, 1988) ; p.9-12 Estudio del papel mediador ideológico del periódico entre la realidad y la información, que construye una visión social de la realidad acorde con su línea editorial. La didáctica de la prensa debe insistir en la enseñanza de la diferenciación entre la realidad y las múltiples versiones que los periódicos ofrecen.

PRENSA, IDEOLOGIA, ESCUELA, EDUCACION, SOCIALIZACION, MEDIACION

604 CASTRO, Antonio

John Huston (un cineasta aventurero). 3 En: Dirigido por. - n.154 (Enero 1988) ; p.25-48 Estudio de la obra del cineasta John Huston. Recoge las películas más características de su trayectoria y las ilustra con fotografías. Asimismo, hace una crítica de estas películas destacando de ellas su estilo personal.

CINA, HUSTON,John, FILMOGRAFIA

605 LATORRE, José Mª y ALLER, Luis

Richard Fleischer habla de su obra.

En: Dirigido por. -- n.154 (Enero, 1988) ; p.55-61 Entrevista al realizador Richard Fleischer durante el Festival de Sitges dentro del ciclo Twentieth Fantasy Fox, donde se proyectó su película Viaje alucinante. Habla de su trayectoria en el cine desde que comenzó en 1946 como director y que abarca cuatro décadas de cine norteamericano.

CINE, FLEISCHER, Richard, FILMOGRAFIA

606 HEREDERO, Carlos F.

Billy Wilder (y 2) (Un vienes en Hollywood).

En: Dirigido por. -- n.156 (Marzo, 1988) ; p.30-41 Segunda parte de la vida y obra del director, productor y guionista de cine Billy Wilder. Hace un repaso de las películas más destacadas del periodo que abarca desde 1941 en adelante que describe e ilustra con fotografías de estas películas. Aparece un filmografía, con ficha técnica y artística.

CINE, WILDER, Billy, FILMOGRAFIA

607 WEINRICHTER, Antonio

Berlin/88.

En: Dirigido por. -- n.156 (Marzo, 1988) ; p.52-58 Resumen de la XXXVIII Edición del Festival Internacional de Berlín, celebrado en esta ciudad y que destacó por las ausencias significativas de países europeos como Italia. Se hace un repaso y comentario de las películas presentadas en el Certamen.

FESTIVAL, CINE, BERLIN, 1988

608 CASTRO, Antonio

Alexander Mackendrick (De la Ealing a Hollywood).

En: Dirigido por. -- n.158 (Mayo, 1988) ; p.18-30 Entrevista

con Alexander Mackendrick donde se hace un repaso a su vida y obra, destacando películas como El hombre del traje blanco y El quinteto de la muerte. 1967 es el año en que dejó de rodar películas para la industria del cine, con la película No hagas olas (Don't Make Waves).

CINE, MACKENDRICK,Alexander, FILMOGRAFIA

609 WEINRICHTER, Antonio

Cannes'88.

En: Dirigido por. -- n.159 (Junio, 1988) ; p.17-26 Crónica de la 41 edición del Festival de Cannes. Repaso de las películas presentadas en el certamen, incluyendo crítica valorativa.

CINE, CANNES, 1988, FESTIVAL

610 GARCIA BRUSCO, Carlos

Mario Monicelli (La fuerza de la tragicomedia).

En: Dirigido por. -- n.159 (Junio, 1988) ; p.43-62 Artículo sobre la obra del cineasta italiano Mario Monicelli. Hace un resumen y crítica de sus películas más significativas, explicando el estilo de cada una. Añade una filmografía del autor.

CINE, MONICELLI,Mario, ITALIA, FILMOGRAFIA

611 PARTEARROYO, Tony

Ridley Scott (2).

En: Dirigido por. -- n.161 (Septiembre, 1988) ; p.6-21 Segunda parte sobre el estudio realizado sobre la vida y obra del cineasta británico Ridley Scott. Presenta su trabajo realizado en esta segunda etapa, a partir de 1961, como ilustrador de películas. Incluye una filmografía.

CINE, SCOTT,Ridley, FILMOGRAFIA

612 Resumen Filmoteca de Catalunya 1987/88.

En: Dirigido por. -- n.161 (Septiembre, 1988) ; p.38-41 Resumen del último curso de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya que este año se ha caracterizado por la ausencia de películas españolas en la programación, que se ha dividido en recuerdos póstumos y aniversarios, ciclos nacionales y homenajes nominativos.

FILMOTECA, CATALUNYA, 1988

613 RIPOLL-FEIXES, Enric

26. Festival Internacional de Cine de Gijón.

En: Dirigido por. -- n.161 (Septiembre, 1988) ; p.62 Resumen del 26. Festival Internacional de Cine de Gijón. Este año ha presentado la peculiaridad de abandonar su especialidad (promocionar exclusivamente el cine dedicado al público infantil y juvenil) y se ha volcado a la programación general, destinada a un público adulto.

CINE, GIJON, FESTIVAL

614 CASTRO, Antonio

San Sebastián'88.

En: Dirigido por. -- n.163 (Noviembre, 1988) ; p.6-15 Resumen y crítica del Festival de Cine celebrado en San Sebastián en 1988. Destaca la Sección Oficial, que este año ha sido una de las peores, con nombres desconocidos, y sin ningún interés. Incluye los resultados del Palmarés.

CINE, SAN SEBASTIAN, FESTIVAL, 1988

615 BALAGUE, Carlos

Martin Scorsese (Un seminarista en Hollywood).

En: Dirigido por. -- n.163 (Noviembre, 1988) ; Primera parte del estudio dedicado a Martin Scorsese, cineasta italo-americano, y muy conocido por su última película La última tentación de Cristo. Repaso de sus películas desde 1960.

CINE, SCORSESE, Martin, FILMOGRAFIA

616 LATORRE, José M^a

Sitges/88.

En: Dirigido por. -- n.163 (Noviembre, 1988) ; p.50-56 Resumen de la XXI Edición del Festival Internacional de Cinema Fantástico de Sitges celebrado del 7 al 15 de octubre de 1988. Análisis de las películas participantes, incluyendo los resultados obtenidos en el Certamen.

CINE FANTASTICO, SITGES, FESTIVAL, 1988

617 Entre la espada y la pared.

En: Campaña. -- n.336 (1-15 diciembre, 1988) ; p.40-41 Resumen de las Jornadas Construir el espacio audiovisual europeo, organizadas por la Unión de Partidos Socialistas y Socialdemócratas de las Comunidades Europeas (UPSCE) en Barcelona durante los días 11 y 12 de noviembre de 1988. En las que se destaca la intervención de Erik Lambert el cual hizo incapié en la necesidad que tiene el mercado televisivo europeo de prestar atención a la publicidad.

TELEVISION, EUROPA, PUBLICIDAD

618 BORLIZ, Horacio

Telecinco: teletexto de TVE.

En: Videocine 20. -- n.39 (Febrero, 1988) ; p.24-26 Características del teletexto en España, así como su hora de emisión, contenido y programación, y su retraso con respecto a otros países. Explica las características de Telecinco, definido como el periódico de TVE.

TELETEXTO, ESPAÑA, TELE CINCO, TVE

619 GONZALEZ IGLESIAS, M^a Dolores

Panorama actual de las redes de televisión.

En: Cinevideo 20. -- n.39 (Febrero, 1988) ; p.21-23 Resumen de las Conferencias Internacionales del IDATE (Instituto Audiovisual Europeo) reunido en Montpellier, Francia. Entre la segunda parte de las Conferencias donde se trató Los Servicios de las Redes por cable y Los satélites entre las Redes públicas y privadas.

IDATE, AUDIOVISUAL, REDES, SATELITES

620 GONZALEZ IGLESIAS, M^a Dolores

Televisión sin fronteras (Dictamen Barzanti).

En: Videocine 20. -- n.39 (Febrero, 1988) ; p.18-20 Resumen del programa de sesiones plenarias del Parlamento Europeo celebradas en el Palacio de Europa de Strasburgo durante los días 18 al 22 de enero de 1988. En él se debatieron varios aspectos del informe Barzanti y se llevó a cabo la votación sobre la Directiva de la TV sin fronteras.

TELEVISION, PUBLICIDAD, EUROPA, PARLAMENTO

621 GONZALEZ IGLESIAS, M^a Dolores

Las redes privadas.

En: Cinevideo. -- n.38 (Enero, 1988) ; p.21-22 Resumen de las 9^a Jornadas del IDATE (Instituto Audiovisual Europeo) cuyo congreso anual se reunió en Montpellier, Francia. Las sesiones reunieron a expertos, profesionales y prensa del mundo audiovisual internacional y estuvieron enfocadas hacia la investigación, el futuro y la expansión de los sistemas media en Europa y el resto del mundo.

AUDIOVISUAL, IDATE, CONGRESO, TELEVISION, CABLE, SATELITE

622 HERGUETA, José Antonio y EXPOSITO, Marcelo
Ave'87 y Manifiesto de los medios inestables.

En: Cinevideo 20. -- n.38 (Enero, 1988) ; p.16-17 Crónica del Tercer Festival Audio Visual Experimental (AVE) celebrado entre el 19 y el 25 de noviembre de 1988, en Arnhem, Holanda. Destacan la representación española, siendo esta la primera vez que acuden a estos encuentros que agrupan a jóvenes artistas europeos alrededor del cine y video experimental, así como la instalación y acción/performance.

CINE, VIDEO, EUROPA, FESTIVAL

623 IV Seminario de AEDEMO sobre audiencia de televisión 1, 2, 3 y 4.

En: Anuncios. -- n.326, 327, 328 y 329.

Resumen de las distintas ponencias, mesas redondas, proyectos y temas tratados en el Seminario de AEDEMO, celebrado en Sitges del 3 al 5 de febrero de 1988. Se tocan los temas del audímetro, planificación, desarrollo de los medios, sociedad, EGM, eficacia.

AEDEMO, AUDIENCIA, TELEVISION

624 La mayoría de los grupos han presentado enmiendas a la ley de Publicidad.

En: Anuncios. -- n.327 (22-28 febrero, 1988) ; p.8-9 Aspectos más enmendados por la ley y desglose de las enmiendas hechas por cada grupo político.

PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA

625 El Consejo de Administración de RTVE prepara una normativa sobre el patrocinio.

En: Anuncios. -- n.328 (29 febrero-6 marzo, 1988) ; p.15 Se plantea la necesidad de una normativa, hasta ahora inexistente, en materia de patrocinio de programas televisivos, tras los problemas planteados por algunos de ellos, como El precio justo o los Telepasatiempos.

PUBLICIDAD, TELEVISION, ESPAÑA, PATROCINIO, LEGISLACION

626 PEREZ RUIZ, Miguel Angel

El profesional publicitario como asesor, un extraño en las estructuras de la publicidad.

En: Anuncios. -- n.330 (14-20 marzo, 1988) ; p.5-6 La figura del profesional publicitario asesor no está regulada jurídicamente. La creación, en la futura Ley de Publicidad, de un colegio profesional, podría ser el cauce idóneo que permitiera ejercer su profesión con todas las garantías jurídicas. Bibliografía.

PUBLICIDAD, ESPAÑA, LEGISLACION, PROFESION

627 MALUMBRES, Juan

Análisis del Festival de Cannes 1988.

En: Anuncios. -- n.346 (11-17 julio, 1988) ; p.24-32 Relación de películas publicitarias presentadas y premiadas en el Festival de Cannes 1988. Gags de publicidad en Cannes. Palmarés donde predomina el humor en general. PUBLICIDAD, CANNES, 1988, GAGS, HUMOR, CINE, FESTIVAL

628 La inversión publicitaria superó el medio billón de pesetas en 1987.

En: Anuncios. -- n.346 (11-17 julio, 1988) ; p.9-10 Inversión publicitaria en millones de pesetas entre los años 1978-1987. Inversión por meses (1987) en los seis medios -diarios, revistas, TV, radio, cine, publicidad exterior-. Inversión por sectores. Los 20 grupos que más invierten. En 1987 Renault gana a El Corte Inglés.

PUBLICIDAD, INVERSION, 1987, ESPAÑA

629 Castilla, Adolfo y Cerezo, Carmen.

Aplicación de las técnicas cross-impact a la formulación de futuras alternativas para las telecomunicaciones.

En: Fundesco. -- n. 78 (Febrero 1988) ; p.8-12 Estudia las técnicas prospectivas para el análisis de las Telecomunicaciones:método Delphi, el cross-impact y un modelo de ordenador basado en el método SMIC. puesto a punto por Duperrin y Gollet en 1976.

TELECOMUNICACIONES, DELPHI, CROSS-IMPACT, METODO SMIC.

630 La publicidad japonesa a caballo entre Oriente y Occidente.

En: Cuadernos para el debate. -- n. 46 (Julio-Agosto 1988) ; p.1-9 Análisis del desarrollo de las técnicas de publicidad en Japón, tomadas de Occidente. Se realiza un estudio de contenido de los mensajes, impregnados de una filosofía oriental basada en la vinculación emocional entre el comunicador y productor.

PUBLICIDAD, JAPON.

631 Los medios de comunicación social en la República de Corea, 2ª parte.

En: Cuadernos para el debate. -- n.43 (Abril 1988) ; p.1-21 Informe sobre la radiotelevisión y los profesionales de la prensa en la República de Corea.

RADIO, TELEVISION, PRENSA, COREA.

632 Medios de Comunicación y Terrorismo.

En: Cuadernos para el debate. -- n.43 (Abril, 1988) ; p.24-34 Artículo que recoge diversas informaciones aparecidas en la prensa belga sobre la conferencia celebrada en Steyning (Gran Bretaña), donde estuvieron reunidos especialistas en antiterrorismo, periodistas y técnicos de todo el mundo, para tratar la relación de medios de comunicación social y terrorismo.

MEDIOS DE COMUNICACION, TERRORISMO.

633 Actualidad de los medios de comunicación en Marruecos

En: Cuadernos para el Debate. -- n.43 (Abril 1988) ; p.13-23

Análisis de la situación actual de la prensa, la televisión y la radio en Marruecos.

PRENSA, RADIO, TELEVISION, MARRUECOS.

634 Radio Vaticano: las voces del Señor

En: Cuadernos para el debate. -- n.43 (Abril 1988) ; p.6-12 Hasta 1931, solamente los romanos conocían a los Papas. A ellos se dirigía el Pontífice verbalmente. El 12 de Febrero de ese año, Pío XI se dirige a la ciudad y al mundo. Ha nacido Radio Vaticano.

RADIO, VATICANO, ITALIA, IGLESIA.

635 La mediamorfosis en Francia

En: Cuadernos para el debate. -- n.43 (Abril 1988) ; p.1-5 Informe anual de la CNCL, Comisión Nacional para la Comunicación y las Libertades.

MEDIO AUDIOVISUAL, FRANCIA.

636 Los medios de comunicación social en la República de Corea.

En: Cuadernos para debate. -- n.42 (Marzo 1988.) ; p. 1-18. Trabajo de donde se aborda ampliamente la situación actual de los medios de comunicación social en la República de Corea, que acaba de publicar su nueva Constitución.

PRENSA, RADIO, TELEVISION, COREA.

637 Francia cableada, muchas preguntas aún sin responder.

En: Cuadernos para debate. -- n.42 (Marzo 1988.) ; p.35-44. Ventajas e inconvenientes técnicos y prácticos con que se encuentra la teledistribución en Francia en el momento actual, en que todavía quedan muchas preguntas por responder.

TELEDISTRIBUCION, FRANCIA, CABLE.

638 Nuevos fermentos y estrategias en la prensa femenina italiana.

En: Cuadernos para debate. -- n.42 (Marzo 1988.) ; p.24-30. Evolución de las publicaciones femeninas en Italia. Sociólogos y editores buscan un nuevo lenguaje periodístico que seduzca a las lectoras.

PRENSA, MUJER, ITALIA.

639 La prensa francesa en crisis.

En: Cuadernos para debate. -- n.42 (Marzo 1988.) ; p.13-23. Los problemas que aquejan a la prensa escrita francesa afectan sobre todo a los diarios de difusión nacional aunque también a los rotativos regionales. De esta crisis se salvan sólo las revistas de programación de televisión y los magazines femeninos.

PRENSA, FRANCIA, CRISIS.

640 CONTRACTOR, N. y SINGHIAL, R.

Una perspectiva de la dependencia de recursos sobre los sistemas de televisión en India y México.

Barcelona, Julio, 1988. --p.1628-1659 XVI Congreso AIERI

TELEVISION, INDIA, MEXICO, DEPENDENCIA

641 BECKER, Jorg

Telemática y otros desarrollos extranjeros para Alemania

- Occidental. Una petición para una nueva relación Tercer Mundo-Europa.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1660-1683 XVI Congreso AIERI
TELEMATICA, RFA, TERCER MUNDO, EUROPA
- 642 DABBOUS, Sonia y AMIN, Hussein
Un satélite egipcio, ¿por qué?.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1684-1700 XVI Congreso AIERI
SATELITE, EGIPTO
- 643 FOLEY, Josep
Privatización y control. Implicaciones de la política norteamericana para la transferencia de licencias de emisoras.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1701-1714 XVI Congreso AIERI
PRIVATIZACION, USA, POLITICA, EMISORA, TELEVISION, LICENCIAS
- 644 SIDDIQI, M.
Una evaluación de evolución de la política telemática en el Tercer Mundo: Estudio de caso en Malasia.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1715-1752 XVI Congreso AIERI
TERCER MUNDO, TELEMATICA, POLITICA
- 645 BRAGA, Nice
La comunicación en el Brasil rural.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1753-1766 XVI Congreso AIERI
COMUNICACION, RURAL, BRASIL
- 646 HOCHHEIMER, John
Acción comunitaria para la intervención de granjas en crisis: Apoyo para el desarrollo a través de la comunicación.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1767-1792 XVI Congreso AIERI
COMUNICACION, CEE, CRISIS, GRANJA
- 647 MOWLANA, Hamid
Comunicación, legitimidad y revolución: un estudio de los medios de oposición para las fronteras nacionales.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1793-1825 XVI Congreso AIERI
INFORMACION, PROPAGANDA, REVOLUCION
- 648 DIEZMANDINO, Pilar y DIAZ MANCISIDOR, Alberto
La televisión privada en España.
Barcelona, Julio, 1988. --p.1826.
XVI Congreso AIERI
TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA
- 649 ALONSO, José Miguel
Imaginemos el marketing.
En: Control. -- n.314 (Octubre, 1988) ; p.87-89 El marketing debe ser imaginación. Es imaginación constante en la aplicación de técnicas para el desarrollo de producto, fijación de precio, distribución y comunicación.
PUBLICIDAD, MARKETING
- 650 Inversión publicitaria en prensa diaria.
En: Control. -- n.314 (Octubre, 1988) ; p.49-62 Análisis de la inversión publicitaria en la prensa diaria, atendiendo a la estacionalidad y a las marcas. Anuncios en color en los suplementos.
PUBLICIDAD, INVERSION, PRENSA
- 651 Mesa redonda en torno a la investigación publicitaria.
En: Control. -- n.309 (Mayo, 1988) ; p.35-44 Una serie de profesionales se reúnen para hablar sobre la investigación en materia publicitaria.
PUBLICIDAD, INVESTIGACION, CREATIVIDAD
- 652 San Sebastián 2. La insoportable levedad del ser. El cuponazo gana pero no arrasa.
En: Control. -- n.309 (Mayo, 1988) ; p.69-106 Palmarés de los premios concedidos en el III Festival Publicitario de cine y televisión (San Sebastián).
PUBLICIDAD, CINE, TELEVISION, FESTIVAL
- 653 MOLINE, Marçal
La vida de los signos.
En: Control. -- n.308 (Abril, 1988) ; p.135-137 Ensayo acerca de los signos y símbolos dentro de la teoría comunicativa y del análisis del lenguaje enfocado hacia la aplicación en el mensaje publicitario.
SIMBOLO, COMUNICACION, LENGUAJE, CODIGO, PUBLICIDAD
- 654 La inversión publicitaria en España supera el medio billón de pesetas.
En: Control. -- n.312 (Agosto, 1988) ; p.59-82 Desglose por sectores; diarios, televisión, revistas, radio, cine, exterior y otros. Las 50 marcas que más invierten.
PUBLICIDAD, INVERSION, ESPAÑA
- 655 Ranking de agencias 87.
En: Anuncios. -- n.326 (15-21 febrero, 1988) ; p.26-78 Estudio estadístico sobre 69 agencias de publicidad españolas en 1987: crecimiento ingresos brutos, cash-flow, número e ingresos por empleados, facturación, participación extranjera. Grupos y macrogrupos. Datos generales de las agencias del ranking. Encuesta a directivos de agencias.
PUBLICIDAD, ESPAÑA, 1987, AGENCIAS
- 656 GARCIA NOBLEJAS, Juan José
Alicia en la casa del espejo televisivo.
En: Nuestro Tiempo. -- n.412 (Octubre, 1988) ; p.108-123 Ensayo sobre la noticia y el trabajo del informador, en un determinado medio, la televisión. Asigna, como primer objetivo de la TV, el entretenimiento, gracias al cual mantiene su audiencia. Hace una comparación entre la prensa y la TV, señalando sus diferencias y semejanzas. Analiza la repercusión social del medio televisivo.
TELEVISION, NOTICIA, PERIODISMO
- 657 MONNIER, Claude
El nuevo periodismo de anticipación.
En: Nuestro Tiempo. -- n.413 (Noviembre, 1988) ; p.50-59

Análisis de la prensa actual. Debe gustar, entretener y hacer reír. Cambio de lenguaje. Influencia publicitaria en prensa. Definición y análisis del periodismo de agitación y estratégico. Riesgos de este modo de hacer periodismo. PERIODISMO, LENGUAJE, ESTILO, GENERO

658 GINER, Juan Antonio

Algunas propuestas para revitalizar el periodismo escrito. En: Nuestro Tiempo. -- n.413 (Noviembre, 1988) ; p.34-49 Análisis del estado actual de la profesión periodística. Ascenso en la matriculación de estos estudios. Propuestas para evitar la crisis en periodismo escrito amenazado por la TV y medios audiovisuales. Opiniones de periodistas de los principales diarios del mundo. Ventajas e inconvenientes del periodismo de investigación. Se analiza al usuario de prensa y se exponen las bases para realizar un periodismo de calidad. PERIODISMO, INVESTIGACION, USUARIO, PRO-FESION

659 Cine español en San Sebastián.

En: Dirigido por. -- n.162 (Octubre, 1988) ; p.38-47 Resumen analítico de las películas españolas presentadas en el Festival de San Sebastián 1988. Nuevos directores y veteranos como Gutiérrez Aragón, Regueiro e Isasi, se dan cita en el festival. Análisis de las películas dentro de la trayectoria artística de sus directores. ESPAÑA, CINE, FESTIVAL, SAN SEBASTIAN

660 Venecia 88. Un festival bajo el signo de Martin Scorsese.

En: Dirigido por. -- n.162 (Octubre, 1988) ; p.64-75 Crónica sobre el Festival de Cine de Venecia 1988. Análisis sobre las películas presentadas en la muestra. Cita y trabajo sobre directores que participan este año en el certamen. FESTIVAL, VENECIA, CINE

661 Valladolid 1988.

En: Dirigido por. -- n.164 (Diciembre, 1988) ; p.12-17 Crónica sobre el festival de cine de Valladolid 1988. Análisis sobre las películas presentadas. Menor interés que otros años en la sección oficial. VALLADOLID, 1988, FESTIVAL, CINE

662 Martin Scorsese (2).

En: Dirigido por. -- n.164 (Diciembre, 1988) ; p.31-50 Filmografía y trabajo del director de cine americano Martin Scorsese de 1977 hasta La última tentación de Cristo, 1988. Críticas al director. Trayectoria y modo de hacer. SCORSESE, Martin, CINE

663 HEREDERO, Carlos F.

Billy Wilder. Un vienes en Hollywood. En: Dirigido por. -- n.155 (Febrero, 1988) ; p.31-51 Minucioso repaso a la vida y trabajo del director y productor Billy Wilder que ha pasado ya los 80 años. Biografía del director. Explicación de su trabajo en sus películas de 1933 -1er. trabajo como director- a 1941. Su trayectoria como guionista y sus líneas y manera peculiar de dirigir a las grandes estrellas de Hollywood. HOLLYWOOD, WILDER, Billy, CINE, PRODUCCION

664 CASAS, Quim

Louis Malle. Un autor que quiere ser artesano. En: Dirigido por. -- n.155 (Abril, 1988) ; p.42-65 Louis, director de cine que ha creado un estilo propio donde se han mezclado películas mediocres con títulos sinceros. Análisis de sus películas más representativas. Biografía de Malle. Se desmenuza su estilo en cada trabajo y se busca y explica el porqué de su forma de hacer. Relación de su vida y experiencias personales con las variaciones en la realización de su obra. MALLE, Louis, FRANCIA, CINE

665 GARCIA BRUSCO, Carlos

Mario Monicelli. La fuerza de la tragicomedia. En: Dirigido por. -- n.158 (Mayo, 1988) ; p.43-57 Biografía y obra del director de cine Mario Monicelli (1ª parte). Características de su forma de hacer cine. Visión general de su obra. Su vinculación con la comedia italiana. La importancia del intérprete Totó en su carrera y dentro de la comedia italiana La gran fuerza y el cine bélico es otro paso dentro de su carrera, tratado siempre con tintas tragicómicas. MONICELLI, Mario, CINE, ITALIA

666 Nuevo reglamento de la OJD para el control de publicaciones.

En: Campaña. -- n.328 (16-30 junio, 1988) ; p.90-97 Exposición del reglamento de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) que entró en vigor el 1 de julio de 1988. Se detalla los objetivos y la estructura orgánica de la OJD, la terminología habitualmente utilizada, la tabla de clasificación de las publicaciones, el procedimiento y los requisitos para la adscripción a la OJD, las normas y procedimientos para determinar, declarar, verificar y publicar las cifras de tirada y difusión, y la normativa procesal para los recursos, impugnaciones, bajas y penalizaciones. OJD, REGLAMENTO, DIFUSION

667 El poder de la Música.

En: Campaña. -- n.331 (16-30 septiembre, 1988) ; p.32 Análisis y resumen de la jornada La música en publicidad el 29 de junio en Londres, donde se presenta la importancia de la música en la realización publicitaria. La parte musical de un spot puede ser, incluso, el mensaje por sí mismo, un mero apoyo publicitario o el entorno donde se mueven algunos productos y personajes publicitarios. MUSICA, PUBLICIDAD

668 La persecución del fraude.

En: Campaña. -- n.331 (16-30 septiembre, 1988) ; p.34 Legislación y proceso de constitución de la primera Comisión de publicidad engañosa del Estado, en el País Vasco, con el objetivo de informar al consumidor y sancionar al infractor sobre la publicidad engañosa. Se incluye la explicación de vías legales administrativas según qué Comunidad Autónoma ya que la Comisión se adapta a la Ley 9/1983 sobre Actividades Comerciales y tiene alcance nacional. PUBLICIDAD, FRAUDE, ENGAÑO, LEGISLACION

669 Crear en la calle.

En: Campaña. -- n.335 (16-30 noviembre, 1988) ; p.10-12 Opiniones de profesionales y ejemplos gráficos de 1988 sobre publicidad exterior en vallas de carreteras y construcciones. Se analiza la rentabilidad del espacio disponible, su inversión, la disponibilidad de otros soportes similares y la creatividad necesaria y limitada en la legislación sobre vallas publicitarias.
LEGISLACION, PUBLICIDAD EXTERIOR, IMAGEN, VALLA, CIUDAD

670 De la arquitectura de la persuasión a la persuasión como arquitectura.

En: Campaña. -- n.335 (16-30 noviembre, 1988) ; p.15-21 Análisis sobre la publicidad en el entorno urbano y la influencia del cambio arquitectónico en la publicidad. Resumen cronológico y gráfico debatido en un seminario de la UIMP en octubre de 1988 y la agencia de publicidad Contrapunto, donde se concluye la interdependencia de ambas y la necesidad del trabajo profesional multidisciplinar en la construcción estética de las ciudades.
CIUDAD, VALLA, PUBLICIDAD EXTERIOR, ARQUITECTURA, DISEÑO

671 La Administración invirtió en publicidad más de 22.400 millones en 17 meses.

En: Campaña. -- n.335 (16-30 noviembre, 1988) Presentación de las inversiones en publicidad desde la Administración durante 1987-88, a través de 14 ministerios. El informe se presentó en el Parlamento y recoge las cifras generales y desglosadas por año, desde cada Ministerio. Temas diversos: salud, inversiones, energía, turismo..., están entre los objetivos publicitarios del Estado.
ESTADO, PUBLICIDAD, ADMINISTRACION, INVERSION

672 No hay evento neutro (II Jornadas Internacionales sobre Patrocinio y Mecenazgo).

En: Campaña. -- n.335 (16-30 noviembre, 1988) Resumen de las Jornadas sobre el tema de patrocinio y mecenazgo como comunicación de empresa, organizadas por la agencia publicitaria Atrium Sponsoring en Madrid, octubre de 1988. Los ponentes destacaron la creciente importancia de esta técnica como comunicación de empresa en ámbitos como deporte, moda, cultura..., y la necesidad de una legislación adecuada que la fomente y proteja.
PATROCINIO, LEGISLACION, PUBLICIDAD

673 La credibilidad de las instituciones.

En: Campaña. -- n.329 (1-15 julio, 1988) ; p.6-10 Resumen de las Jornadas de Diseño Institucional organizadas por el M. de Industria y Energía y la colaboración del IMPI (Instituto Pequeña y Mediana Empresa Industrial) en Madrid, del 21 al 23 de junio de 1988. Los temas reúnen a empresarios y diseñadores de imagen de empresas públicas y privadas que destacan las necesidades de comunicación de las empresas en el mundo actual, las respuestas de credibilidad y la importancia de colaboración profesional entre empresarios y comunicólogos.
EMPRESA, IMAGEN CORPORATIVA, DISEÑO

674 Rostros con vida vivida.

En: Arte Fotográfico. -- n.436 (Abril 1988) ; p. 345-349. Entrevista a Anna Löcher, fotógrafa especializada en retratos donde, según sus propias palabras, intenta apreciar la vida vivida. Se ha especializado en fotografiar a niños y a hombres maduros, sirviéndose en este último caso de las canas, arrugas, las poses duras, y la luz rasante para marcar la personalidad del modelo. Muestra fotografías realizadas por la autora.
FOTOGRAFIA, RETRATO, ANNA LOCHER.

675 Retratar un personaje, captar su individualidad.

En: Arte Fotográfico. -- n.436 (Abril, 1988) ; p.317-328 Explica cuales son las técnicas para crear un retrato psicológico. Trata de evidenciar, a través de la fotografía, las peculiaridades innatas de cada persona, su personalidad. Incluye técnicas fotográficas para conseguir los efectos deseados.
FOTOGRAFIA, RETRATO, TECNICA

676 GARCIA, Angel

La fibra óptica, base de la comunicación digital intercontinental.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988) ; p.142-143 Aplicación de la fibra óptica en el campo de las comunicaciones cuyo resultado más inmediato es el TAT-8 que une ambos lados del Atlántico Norte. Así mismo, se exponen las sucesivas experiencias en este campo con un brillante futuro de la tecnología óptica.
FIBRA OPTICA, TECNOLOGIA OPTICA, TAT-8, TAT-9, TASMAN-2, DIGITAL, TELECOMUNICACION

677 GALLEGO ROMERO, Rafael

Tom Wolfe o el periodista como estrella.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988) ; p.141-142 Presenta la visión actual de los profesionales de la comunicación sobre el oficio de periodista. Opiniones expuestas en el Seminario que se celebró por, 3ª vez consecutiva, en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, en Cuenca, donde se intentó establecer un marco de referencia en el que ubicar a los profesionales de los medios de comunicación.
PERIODISTA, MEDIO INFORMATIVO, WOLFE, Tom

678 MAYO, José A.

Hacia la reconversión de la exhibición.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988) ; p.140-141 Plantea la crisis de la industria cinematográfica en Europa y las conclusiones a las que se llegaron en la 32 Semana Internacional de Cine de Valladolid (SEMINCI), donde se debatió la actual situación de la exhibición cinematográfica en España. Expone los inconvenientes de la industria del cine y las salas de proyección y las medidas que se van a tomar para reconvertir el sector.
CINE, EUROPA, CRISIS, FESTIVAL, VALLADOLID, EXHIBICION

679 FERNANDEZ-CHECA ROY, José Luis

Medidas de apoyo al sector audiovisual.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988); p.139-140 1988 ha sido declarado oficialmente Año Europeo del Cine y la Televisión por la Comunidad Europea y el Consejo de Europa. Hace un análisis de la situación actual en este campo, los peligros existentes y los planes a realizar, entre los que se encuentra un apoyo al audiovisual multilingüe para lograr un gran mercado europeo. Expone los objetivos marcados en el campo de la producción.
CINE, TELEVISION, EUROPA, PRODUCCION

680 PARADELA, Antonia

Videos comunitarios: a la sombra de la ley.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988); p.138-139 Cuestiona la legalidad de los videos comunitarios, ante la Ley de Protección intelectual. Plantea las discordias entre los videoclubs y las empresas encargadas de instalar el video comunitario, las cuales sólo en Barcelona han tenido unos ingresos anuales de más de 2.500 millones de pesetas. Resaltan las características del Canal 10 y el enfrentamiento con los empresarios del video-comunitario.

VIDEO COMUNITARIO, VIDEO-CLUBS, PROPIEDAD INTELECTUAL, CANAL 10, LEGISLACION, ESPAÑA

681 SIGUERO, Manuel, CARLES, José Luis, LOPEZ, Isabel y LLOP, Francesc

Acústica de la comunicación: nuevas estrategias de análisis. En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988); p.130-135 Estudio sobre el medio ambiente tomando como punto de partida los sonidos, entendiéndolos como fuente de información muy valiosa. Metodología del sonido y su aplicación práctica, que ha hecho que se esté realizando un Estudio del panorama sonoro en España gracias a un acuerdo entre el CSIC y el M. de Cultura.

SONIDO, METODOLOGIA, ESPAÑA, ACUSTICA, INVESTIGACION

682 ALCALDE, Jesús

Un estado de comunicación.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988); p.123-130 Estudio del sonido, y más específicamente del ambiente sonoro como fenómeno de comunicación. Analiza las relaciones entre el sonido, las escuchas y el entorno. Define el paisaje sonoro, refiriéndose a como el hombre y la sociedad entienden el espacio acústico a través de la perfección. Establece las pautas a seguir en el estudio del paisaje sonoro destacando sus rasgos más característicos.

SONIDO, ACUSTICA

683 Los humos de la pequeña pantalla.

En: Campaña. -- n. 331 (Sept.1988); p.13 Resumen sobre la legislación y la economía de la publicidad sobre el tabaco en TV. Comparada con otras televisiones europeas RTVE incluye y aumenta en 1987 y 1988 su inversión en anuncios sobre tabaco alegando que la normativa no incluye la actividad publicitaria.

TABACO, PUBLICIDAD, RTVE, LEGISLACION, TELEVISION, ESPAÑA, EUROPA.

684 Una televisión más popular

En: Campaña. -- n.331 (Sept 1988); p.25-26 Presentación

de la nueva legislación en Noviembre 1987, sobre video comunitario con la ampliación de sus posibilidades frente a la homogeneidad de la TV Pública en España. Para los publicistas, supone un medio económico de difusión de sus productos a nivel nacional frente a la TV Pública con la ventaja de una creciente difusión en una audiencia cercana y variada.

TELEVISION, PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA, 1987, VIDEO COMUNITARIO.

685 Aprendiendo a volar. Seminario sobre las Nuevas Tecnologías aplicadas al diseño, la publicidad y la televisión.

En: Campaña. -- n.331 (Sept 1988); p.28-29 Resumen del Seminario organizado en Julio por la UIMP sobre Nuevas Tecnologías aplicadas al diseño, publicidad y televisión, con objeto de presentar la nueva filosofía tecnológica en el campo de realizaciones estéticas y los problemas de comunicación en algunas de sus aplicaciones.

NUEVAS TECNOLOGIAS, DISEÑO, PUBLICIDAD, COMUNICACION, TELEVISION.

686 ADO 92: La esponsorización de una olimpiada

En: Campaña. -- n.330 (Julio 1988); p.53-61 Proyecto del programa publicitario para las próximas Olimpiadas del 1992, promovido por ADO, Asociación de Deportes Olímpicos, para la creación de vínculos entre la empresa privada y el deporte español. Con el objetivo de Barcelona 92, se encauzan las inversiones y esponsor entre empresas y deporte, aunque no todos son beneficiarios.

DEPORTE, EMPRESA, PUBLICIDAD, BARCELONA, OLIMPIADAS; 1992, ESPONSORIZACION.

687 Los nuevos narcisos. El cuerpo, soporte publicitario de moda.

En: Campaña. -- n.329 (Junio 1988); p.24-27 Análisis de las campañas publicitarias donde el cuerpo humano tiene protagonismo absoluto. A través de ejemplos actuales de publicidad, se muestra la evolución del uso del cuerpo como soporte de la imagen que el publicista quiere transmitir, y deja de ser complemento secundario del producto publicitario.

CUERPO, PUBLICIDAD, MODA.

688 España cazó quince leones en Cannes.

En: Campaña. -- n.329 (Junio 1988); p.4-5 Resumen del resultado del XXXV Festival Internacional de Cine Publicitario en 1988, en Cannes, donde España recibió quince galardones y logró el tercer puesto mundial tras EEUU y Gran Bretaña. Incluye una relación de países concursantes y premios obtenidos en las diferentes categorías y diplomas, a la vez que la composición internacional del jurado.

ESPAÑA, CANNES, 1988, PUBLICIDAD, CINE.

689 Estados Unidos, Gran Bretaña y España, el tercero.

En: Campaña. -- n.330 (Julio 1988); p.6-51 Suplemento especial sobre el Festival Internacional de Cine publicitario de Cannes 1988. El reportaje incluye toda la información sobre participantes y galardones, los grupos y orden

premiados, así como una amplia muestra fotográfica del evento y sus protagonistas.

CANNES, 1988, FESTIVAL, CINE, ESPAÑA, PUBLICIDAD.

690 Ni contigo ni sin ti. Televisión privada y sus alternativas a debate.

En: Campaña. -- 331 (Sept. 1988); p.5-9 Resumen de los aspectos legislativos y estados de opinión sobre la Ley de TV Privada aprobada en Marzo 1988 por el gobierno. Se recogen las enmiendas legislativas, el debate sobre Plan Técnico Nacional y la proliferación de medios audiovisuales así como la situación económica reglamentaria que deben mantener las empresas aspirantes a la TV privada en España. TV PRIVADA, LEGISLACION, 1988, ESPAÑA

691 Imaginación y globalidad.

En: Campaña. -- n.327 (Junio 1988); p.28-34 Resumen del XXXI Congreso de la International Advertising Association, I.A.A. que se celebró en la ciudad australiana de Sidney, del 1 al 15 de Mayo de 1988 con la presencia de 1200 delegados de cincuenta países. Los temas más aludidos fueron la importancia de la creatividad en las estrategias de comunicación y las ventajas, inconvenientes y posibilidades del marketing global. En las sesiones se puso de manifiesto la importancia del libre tráfico internacional de comunicaciones y la necesidad de que la industria publicitaria presente un frente común ante las normas que limitan esta actividad. COMUNICACION, MARKETING, PUBLICIDAD, IMAGEN GLOBAL.

692 Las vallas, objeto del deseo.

En: Campaña. -- n.327 (Junio 1988); p.12-21 Resumen de las Jornadas de Publicidad Exterior, organizadas por la Asociación Española de Empresas de Publicidad Exterior, AEPE, el 5 y 6 de Mayo en Alicante. En estas, participaron creativos, investigadores, representantes de agencias y planificadores, llegando a la conclusión que la publicidad exterior puede convertirse en uno de los grandes medios de publicidad europea en 1992.

PUBLICIDAD EXTERIOR, VALLAS, CONGRESO, AEPE.

693 La libertad de información comercial, eje de la acción de WFA ante Europa.

En: Campaña. -- n. 327 (Junio 1988); p.11 Resumen de la XXXVI Asamblea de la Federación Mundial de Anunciantes que se celebró en Mayo de 1988 en Londres. En dicha asamblea, Feith Mank fue elegido nuevo presidente de la WFA en sustitución de Marvin Koslow. Los temas más destacados fueron: Europa, la libertad de información comercial y el papel de la mujer en la publicidad. INFORMACION COMERCIAL, LIBERTAD, WFA, EUROPA, PUBLICIDAD.

694 Por la libertad de expresión comercial

En: Campaña. -- n.327 (Junio 1988); p.8-10 Resumen de la conferencia de Paul de Win, director general de la

Federación Mundial de Anunciantes, WFA, en la XXII asamblea general de la Asociación de Anunciantes, AEA. Se repasaron las restricciones que sufre la publicidad y se abogó por el autocontrol como alternativa a una mayor legislación. PUBLICIDAD, LIBERTAD, LEGISLACION.

695 El Festival de Cannes recibe casi 3.500 películas.

En: Campaña. -- n.328 (16-30 junio, 1988); p.4-10 Presentación de candidatos, países y agencias que participaron en el Festival Internacional de Cine Publicitario de Cannes en su XXXV edición, contando con la inscripción de 3.465 películas y 4.316 delegados. España presentó 205 películas y fue representada por Bassat y Ramiro. FESTIVAL, CINE, PUBLICIDAD, CANNES, 1988

696 Del primer amor al arma secreta.

En: Campaña. -- n.328 (16-30 junio, 1988); p.35-44 Resumen del VIII Simposio de Marketing Directo, organizado por la Asociación de Venta por Correo y Marketing Directo (AUPC), en San Sebastián. Los temas, más significativos fueron: las listas y bases de datos, el marketing telefónico o telemarketing y el mercado sin fronteras con la vista puesta en 1992. SIMPOSIO, MARKETING, 1988, SAN SEBASTIAN

697 MARTINEZ-ALBERTOS, José Luis

El lenguaje de los políticos como vicio de la lengua periodística EN "Lenguaje político", Manuel Alvar, coord. Madrid: Fundación Friedrich Ebert; Instituto de Cooperación Iberoamericana, 1987. -- 221 p. PERIODISMO, LENGUAJE, POLITICA

698 El cuponazo tocó en San Sebastián

En: Campaña. -- n.326 (15-30 Mayo 1988); p.9-18 Las Agencias Contrapunto y RCPS vencieron en la tercera edición del Festival Publicitario de Cine y Televisión de San Sebastián. RCPS S.A. realizó la campaña publicitaria de la Cruz Roja y Contrapunto el gran Cuponazo de la ONCE. Ambas con enorme éxito. El premio a la mejor dirección de fotografía y el de mejor banda sonora fueron para películas de Contrapunto y Asociados para Feria de Barcelona y de Ted Bates para el Banco Hispano Americano respectivamente. El sonido toma importancia en la publicidad española. Muestra de películas presentadas. Explicación del desarrollo del Festival. FESTIVAL, PUBLICIDAD, SAN SEBASTIAN, CINE

699 Jacques Séguéla, el publicitario de la república

En: Campaña. -- n.325 (1-15 Mayo 1988); p.62-65 Historia de Jacques Séguéla, vicepresidente de la agencia RSCG y uno de los mejores publicistas del mundo. Se ha dedicado a la publicidad para la República Francesa. Encargado de la campaña publicitaria de Mitterand le presenta como el padre de la patria. Mediante slogan directos e impactantes le hace ganar las selecciones. Entrevista a Jacques Séguéla. SEGUELA, Jacques, FRANCIA, PUBLICIDAD, POLITICA, BIOGRAFIA

700 Paseo por la investigación y las audiencias

En: Campaña. -- n.325 (1-15 Mayo 1988); p.52-59 Se

celebra en Madrid, en Abril 1988, el Seminario de ESOMAR.

-Presentación de los ponentes y de los rápidos avances de la libertad de expresión en España en los últimos 50 años. La primera sesión trató sobre la investigación de la lectura, tiempo e intensidad de lectura.

-Investigación de los Medios de lectura a nivel internacional para élites. Previsiones futuras sobre los nuevos medios y las implicaciones en los sistemas de medición de audiencias en el Mercado europeo.

AUDIENCIA, EUROPA, INVESTIGACION

701 Hacia un código ético de la publicidad de automóviles
En: Campaña. -- n.325 (1-15 Mayo 1988) ; p.38-40
Reflexión sobre la posible incidencia de la publicidad con los accidentes automovilísticos. Se incita a la velocidad excesiva. La publicidad sobre las formas de financiación en la compra no es muy clara. La información es insuficiente. Es pues necesario un código ético en publicidad que ofrezca al usuario una garantía de autenticidad de lo que está viendo.

PUBLICIDAD, AUTOMOVILES, ETICA, CONTROL

702 Ley de Televisión Privada

En: Campaña. -- n.325 (1-15 Mayo 1988) ; p.22-26
Reproducción del texto de la Ley de Televisión Privada aprobada por el Congreso español.

TELEVISION PRIVADA, LEGISLACION, ESPAÑA

703 La ley de Televisión Privada sigue adelante

En: Campaña. -- n. 325 (1-15 Mayo 1988) ; p.22 El Comité Ejecutivo de Alianza Popular interpone un recurso de inconstitucionalidad contra la Ley de TV Privada, una semana después de su aprobación. Se espera que el Gobierno apruebe el Plan Técnico Nacional antes del verano de 1988. Los grupos empresariales interesados analizan ahora sus posibilidades económicas.

LEGISLACION, TELEVISION PRIVADA, ALIANZA POPULAR, ESPAÑA

704 ALCON, Felipe

La Creatividad de Tele-visión

En: Arte Fotográfico. -- n. 439 (Julio 1988) ; p.50-56
Análisis del trabajo de Felipe Alcon Tele-visión realizado en 1987. En él se conjuga el fascinante mundo del deporte con el juego televisivo. El resultado son unos reportajes de deportes hechos para ser emitidos por Televisión que reconstruyen una realidad diferente y distorsionada. Fotografías a modo de ejemplo.

CREATIVIDAD, TELEVISION, DEPORTE, FOTOGRAFIA

705 DAVARA, Francisco Javier

Bibliografía española de las Ciencias de la Información en 1987 En: AEDE. -- n. 13 (1. Semestre, 1988) ; pg 114-119
Señala la importancia de la producción bibliográfica publicada por autores españoles durante 1987, que pone de manifiesto el papel fundamental de los Medios de Comunicación. Entresaca de ella unos cuantos títulos orientativos para el estudio de la Comunicación: Revistas

Universitarias, La Historia de la Prensa, Teoría de la Información, La Comunicación Política.

BIBLIOGRAFIA, ESPAÑA, CIENCIAS DE LA INFORMACION

706 CHECA GODOY, Antonio

Cronología de la Prensa en España. Mayo 1986-Mayo 1988
En: AEDE. -- n.13 (1.Semestre, 1988) ; p.96-112 Resúmen cronológico de las noticias publicadas en la Prensa española de Mayo de 1986 a Mayo de 1988.

ESPAÑA, PRENSA, CRONOLOGIA

707 RIOJA, Mariano

La autodisciplina en publicidad

En: AEDE. -- n.13 (1. Semestre 1988) ; p.86-92
Cualquier publicista debe cumplir las normas aprobadas por el Estatuto de Publicidad vigente, a la hora de realizar su trabajo. Asimismo los Medios controlan la publicidad que emiten, como una parte de igual importancia y entrelazada con la redacción. Además se afirma que es necesaria la creación de un organismo de autodisciplina con participación de anunciantes, agencias y medios. Se debe proteger al consumidor de cualquier mensaje publicitario que no se ajuste a la realidad. Historia del control publicitario en España.

PUBLICIDAD, CONTROL, MEDIOS, HISTORIA, ESPAÑA, USUARIOS, LEGISLACION

708 FARRUGGIA, Francesco

Los juegos promocionales y el aumento de venta de publicidad

En: AEDE. -- n. 13 (1. Semestre 1988) ; p.82-85
Describe la aplicación de técnicas promocionales en publicidad para aumentar las ventas. La consecuencia directa fue el aumento de la tirada de los periódicos que incluían publicidad. Las técnicas promocionales conllevan también sus riesgos y se debe cuidar el mensaje atendiendo al público que se dirige. Los estudios de mercado nos demuestran que son las personas que compran un diario y otro y la publicidad y sus juegos deben ser afines a cada público.

PUBLICIDAD, PROMOCION, PRENSA, MERCADO, USUARIO, INVERSION

709 SATUE, Eric

¿Instrumento de información o montón de papeles?

En: AEDE. -- n.13 (1. Semestre, 1988) ; p.76-80
Reflexión sobre el papel del diario en la sociedad actual. Asegura que es un medio de Comunicación y un objeto informativo. Historia de la Prensa en España, 1792-1830. Prensa española actual: Nueva etapa, ejemplos de diarios. El futuro de la prensa española, la fotografía y el diseño deben tomar una importancia mayor. Así el periódico no será un montón de papeles.

PRENSA, ESPAÑA, HISTORIA, EVOLUCION

710 FEDERICO, Jorge de

¿Cómo llega el dinero del anunciante al medio?

En: AEDE. -- n. 13 (1. Semestre, 1988) ; p.70-74
Se explica el por qué el incremento de publicidad en prensa diaria y el complejo mundo de las tarifas publicitarias. Los

intermediarios entre el anunciante y el medio suelen ser agencias, centrales y distribuidoras con distintas relaciones entre sí. Las tarifas de éstos tampoco están unificadas y son complejas. Pero lo imprescindible en cualquier caso, es saber utilizar todas las posibilidades que brinda la publicidad si recurre a ella.

PUBLICIDAD, TARIFAS

711 GATINEAU, Jean-Claude

El mercado publicitario francés 1985-1987 En: AEDE. -- n. 13 (1. Semestre, 1988) ; p.64-68 Análisis del mercado publicitario francés. Su situación en el ranking mundial. Evolución del reparto de ingresos publicitarios entre los grandes Medios franceses, del año 1985-87.

PUBLICIDAD, MERCADO, FRANCIA

712 GONZALEZ LOBO, M^a Angeles

I.a inversión publicitaria en prensa diaria En: AEDE. -- n. 13 (1. Semestre, 1988) ; p.54-63 Razones para la inversión publicitaria en prensa diaria. Compara la inversión en prensa diaria española con la de países de la CEE. Consistente crecimiento de la inversión en dos tipos de publicidad: marcas nacionales, local y clasificada; estadística 1978-87. Analiza los factores que determinan la inversión por sectores en la prensa diaria y asegura que existe una moderada saturación publicitaria en algunos diarios.

PUBLICIDAD, PRENSA, INVERSION, MERCADO, ESPAÑA

713 BRAVO, Julian

Tiempo y dinero: Dos temas de hoy en la publicidad española

En: AEDE. -- n. 13 (1. Semestre, 1988) ; p.44-52 Reflexión sobre la acumulación creciente de dinero en las empresas de publicidad españolas. Estadística de las principales empresas 1987, las 10 principales agencias 1987; ingresos y crecimientos, importancia del factor tiempo en publicidad. Coordinación tiempo y dinero. Introducción de la estética, la originalidad y la innovación. La publicidad como acto creativo, no puramente.

PUBLICIDAD, ESPAÑA, ESTADISTICA, INVERSION

714 VERGARA LARRAIN, Carmen

La comunicación Audiovisual

En: Medios Audiovisuales. -- n. 159 (Abril-Junio 1988) ; p.27-29 Análisis sobre el efecto que los medios audiovisuales pueden tener en la enseñanza. Facilitando la labor de los profesores ya que extiende sus capacidades y posibilidades comunicativas.

ENSEÑANZA, MEDIOS AUDIOVISUALES, COMUNICACION, PROFESOR, ALUMNO, EDUCACION

715 JURADO-CENTURION, J.L

La Televisión europea quiere liberarse de la tecnología japonesa

En: Medios audiovisuales. -- n. 159 (Abril-Junio 1988) ; p.4-5 La Televisión europea está dispuesta a poner fin a que los norteamericanos y japoneses invadan el mercado del Viejo Continente.

Para ello, cuatro grandes industrias europeas afrontan el reto de adelantarse a los japoneses en el desarrollo de la TV del futuro, la TV de alta definición.

Trata también del futuro de los canales de Tv en Europa y de los más nuevos en satélites.

TELEVISION, SATELITES, TECNICA, CANALES, EUROPA

716 ANTOLA, Liria; ROGERS, Everett M.

La TV en Iberoamérica

En: Medios Audiovisuales. -- n. 159 (Abril-Junio 1988) ; p.10-15 Estudio realizado por Nordenstreng y Varis en 1974 sobre el proceso de flujo de programas de televisión entre las naciones latinoamericanas y los Estados Unidos. Este estudio fue complementado en 1977 por Katz y Wedell, y que ambos son recogidos en este artículo por los autores.

TELEVISION, LATINOAMERICA, PRODUCCION, IMPORTACION, EXPORTACION, AUDIENCIA, FLUJO, PROGRAMACION

717 Prensa financiera internacional.

En: Cuadernos para el debate. -- n.42 (Marzo 1988.) ; p.1-2

El periodismo financiero nace en Gran Bretaña, donde tiene una gran tradición. En Francia, a pesar del crack bursátil, en materia de información económica continúan surgiendo proyectos como si nada hubiese ocurrido. El Financial Times cumple un siglo.

PRENSA, ECONOMIA, GRAN BRETAÑA, FRANCIA, FINANCIAL TIMES.

718 Las noticias como ideología: reflexión sobre la elaboración de las noticias en las cadenas de televisión de Estados Unidos.

En: Cuadernos para debate. -- n.47, (Septiembre 1988.) ; p.22-42 Trabajo reflexivo sobre la incidencia del análisis lingüístico y de discursos en las noticias emitidas por las cadenas de televisión de Estados Unidos.

ANALISIS LINGUISTICO, INFORMACION, TELEVISION, NOTICIA, USA, LENGUAJE.

719 El Mercado publicitario Francés.

En: Cuadernos para debate. -- n.44. (Mayo 1988.) ; p. 6-14. Balance publicitario en 1987 de Francia. Ingresos publicitarios y su progresión (cuadro). Gastos publicitarios y promocionales.

PUBLICIDAD, AUDIENCIA, TELEVISION, FRANCIA.

720 Acuerdo Europeo contra las emisiones de Radiodifusión efectuadas por estaciones situadas fuera de los territorios nacionales.

En: Cuadernos para debate. -- n.44. (Mayo 1988.) ; p. 24-29. Transcripción del Acuerdo Europeo contra las emisiones de radiodifusión efectuadas por estaciones situadas fuera de los territorios nacionales (Estrasburgo 22 de enero de 1965), fue aprobado y ratificado por España en Enero de 1988.

RADIODIFUSION, EUROPA, RADIO.

721 La Massmediología del centro Mac Luhan.

En: Cuadernos para debate. -- n.44. (Mayo 1988.) ; p. 30-34. Es la acción del medio y no su mensaje lo que afecta a la

conducta humana. Se ve al ordenador como el Mass-Media del futuro.

ORDENADOR, MAC LUHAN, MEDIOS DE COMUNICACION, TEORIA.

722 Gran Bretaña: publicidad y Patronazgo.

En: Cuadernos para debate. -- n.44. (Mayo 1988.) ; p. 1-24. El mayor anunciante es el Gobierno, al igual que en España. Se habla de las agencias de publicidad, de la publicidad en prensa, radio, televisión, cine, exterior, por cable y satélite. En el informe se habla de la moda del patronazgo.

PUBLICIDAD, PATRONAZGO, RADIO, TELEVISION, PRENSA, CINE, SATELITE, TV CABLE, GRAN BRETAÑA.

723 Elecciones presidenciales Francesas: la opinión de los candidatos sobre los medios de comunicación sociales.

En: Cuadernos para debate. -- n.45. (Junio 1988.) ; p. 29-41. Transcripción de preguntas y respuestas contestadas por los candidatos a las elecciones presidenciales francesas sobre los Medios de Comunicación. Mitterrand, Chirac, Barre, Le Pen y Andre Lajoinie.

TELEVISION, PRENSA, FRANCIA, ELECCIONES.

724 Televisión: el vacío total.

En: Cuadernos para debate. -- n.45. (Junio 1988.) ; p. 18-28. Teorías sobre la función idiotizadora de la Televisión. La drogodependencia de la televisión.

TELEVISION, COMUNICACION, MANIPULACION.

725 Francia: crisis de confianza en los media.

En: Cuadernos para debate. -- n.45. (Junio 1988.) ; p. 42-47. Opinión de los franceses sobre la falta de credibilidad de prensa, radio y televisión y la dudosa honestidad de los profesionales. No cuestionan el papel democratizador de los medios.

COMUNICACION, M DEONTOLOGIA, MEDIO INFORMACION, CREDIBILIDAD, FRANCIA.

726 El impacto de los satélites en las comunicaciones internacionales.

En: Cuadernos para debate. -- n.45. (Junio 1988.) ; p. 1-25. Informe sobre el impacto de los satélites privados en la telecomunicaciones europeas. Rentabilidad de los satélites de televisión directa.

TELEVISION, SATELITES, TELECOMUNICACIONES, EUROPA.

727 Conclusiones de la sociedad interamericana de prensa tras su reunión de Santo Domingo.

En: Cuadernos para debate. -- n.45. (Junio de 1988.) ; p. 1-18.

Se transcriben conclusiones y resoluciones adoptadas por la Junta de Directores de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) celebrada en Santo Domingo en marzo de 1988.

PRENSA, SIP, DERECHOS HUMANOS, LIBERTAD.

728 Medios de comunicación social en Irlanda.

En: Cuadernos para debate. -- n. 41. (Febrero 1988.) ; p. 25-31.

Trabajo en el que se recogen, partiendo de una breve introducción histórica del desarrollo de la prensa en siglos anteriores, los principales medios de comunicación actuales en Irlanda, para finalmente, hacer una breve referencia a la normativa que regula la radiodifusión en este país.

PRENSA, RADIO, TELEVISION, IRLANDA.

729 Publicidad institucional en Alemania,R.F., Bélgica, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia y Portugal.

En: Cuadernos para debate. -- n.41 (Febrero 1988.) ; p. 1-34. Estudio en el que se abordan, de manera diferente, porque diferentes son los tratamientos que al tema se dan en Alemania, R.F., Bélgica, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia, y Portugal, las distintas formas de publicidad que emanan de los estados.

PUBLICIDAD, ALEMANIA R.F., BELGICA, DINAMARCA, ESTADOS UNIDOS, FRANCIA, HOLANDA, ITALIA, PORTUGAL.

730 Informe sobre la Ley de Publicidad

En: Control Express. -- n.118 ; p.8 Estudio y resultados de la mesa redonda celebrada entre la Asociación Española de Estudiantes. Asociación Española de Agencias de Publicidad y Federación Nacional de Empresas de Publicidad.

PUBLICIDAD, LEGISLACION, ESPAÑA

731 MARTINEZ ALBERTOS, José Luis; WARREN, Carl; PIERCE, Robert y otros

Enciclopedia de Periodismo y Comunicación.

Madrid: Maveco, 1986 9 vol.

PERIODISMO, LENGUAJE, REDACCION, COMUNICACION, ENCICLOPEDIA

732 MARTINEZ-ALBERTOS, José Luis

El uso de la lengua en la comunicación periodística : aspectos culturales, políticos y sociales. Seminario Técnicas Modernas para el periodista de hoy, Sociedad Interamericana de Prensa (SIP/IAPA), Quito (Ecuador), 2-5 febrero, 1986.

PERIODISMO, LENGUAJE, POLITICA, SOCIEDAD, CULTURA

733 MARTINEZ-ALBERTOS, José Luis

Libertad de expresión en la comunicación periodística.

XXXIV Edición de las Semanas Sociales de España, Segovia, 8-11 mayo, 1986.

PERIODISMO, LIBERTAD DE EXPRESION, ESPAÑA

734 MARTINEZ-ALBERTOS, José Luis

La responsabilidad del periodista en la parcelación de la realidad: el efecto Agenda-Setting.

II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra, 5-7 noviembre, 1987.

PERIODISTA, RESPONSABILIDAD

735 SATGE, Enric

El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid: Alianza, 1988. -- 500 p.

Etapas del mundo del diseño y la imagen, incluyendo temas como el diseño editorial, la publicidad, la imagen corporativa o el diseño en España.

DISEÑO, PUBLICIDAD, IMAGEN CORPORATIVA, HISTORIA, ESPAÑA

736 INSTITUTO ANDALUZ DE LA SALUD MENTAL
Salud mental y prensa.

Sevilla: Junta de Andalucía, 1987 Prólogo de MARTINEZ ALBERTOS, José Luis.
PRENSA, SALUD-MENTAL

737 ARNOI.D, Edmud-C.

Diseño total de un periódico.

México: Edamez, 1986. -- 285 p.

Estudio de las cuestiones redaccionales y línea editorial y, preferentemente, cuestiones relativas al diseño y maquetación.

PERIODICO, DISEÑO, MAQUETACION, REDACCION

738 MONTES, Francisco J.

Historias de los orígenes de la radiodifusión exterior en España.

Madrid: Dirección de Relaciones Exteriores del Ente Público RTVE, 1988. -- 374 p.

Historia de las emisiones en onda corta desde las primeras experiencias hasta la creación en 1945 de los espacios para el extranjero de Radio Nacional de España.

RADIO EXTERIOR, ESPAÑA, HISTORIA

739 LOPEZ DE ZUAZO, Antonio

Catálogo de periodistas españoles del siglo XX. Tomo I: a-f.

Madrid: Fundación Universidad-Empresa, 1988 Recoge cuarenta mil biografías de profesionales de agencias, prensa, radio, televisión, cine informativo y gabinetes de prensa, desde 1900 hasta hoy.

PERIODISTA, PRENSA, RADIO, TELEVISION, PERSONAL, HISTORIA

740 BRAVO, Julián

Reflexiones sobre nuestro oficio publicitario.

En: Cuadernos de Campaña J. Walter Thompson. -- n.1 (1988)

Recorrido por la evolución de las teorías y modelos publicitarios.

PUBLICIDAD, TEORIA, MODELO

741 CELMA QUEROL, Joaquín

La publicidad en el comercio de alimentación 1875-1975.

Madrid: Colección Comercio Alimentación, 1988. -- 174 p.
Recopilación de anuncios gráficos de productos y comercios de alimentación entre 1875 y 1975.

PUBLICIDAD, CARTEL, ALIMENTACION, HISTORIA

742 COSTA, Joan

Señalética.

Barcelona: CEAC, 1987. -- 262 p.

Estudio de la señalética, ciencia que estudia las relaciones profesionales entre los signos de orientación en el espacio y

los individuos. Incluye ejemplos de programas y su desarrollo.

SEÑAL, SEÑALETICA, SIMBOLO, SEMIOTICA

743 MOLINE, Marçal

La comunicación activa: Publicidad sólida.

Bilbao: Deusto, 1988. -- 269 p.

Análisis técnico de la técnica publicitaria mediante comparación con la informática.

PUBLICIDAD, TECNICA, ANUNCIO, INFORMATICA

744 COSTA, Joan

Imagen global.

Barcelona: CEAC, 1987. -- 264 p.

Teoría y práctica ilustrada de la marca, la identidad corporativa y la preparación de manuales de identidad corporativa. Incluye el desarrollo de tres casos prácticos.

IMAGEN CORPORATIVA, MARCA, PUBLICIDAD

745 SALGADO, José Antonio

El escenario prospectivo de audiencia (Una base de datos para el planificador de medios).

Madrid: Contrapunto, 1988. -- 44 p.

(Cuadernos Contrapunto: 5).

Exposición de las líneas principales de la base de datos de audiencia desarrollada por la agencia.

AUDIENCIA, PUBLICIDAD, PLANIFICACION

746 SAINZ DE LA MAZA, Jaime

¿Cómo preparamos la publicidad de mañana?.

En: Cuadernos de Campaña J. Walter Thompson. -- n.1 (1988)

Comentarios sobre la situación actual de la publicidad.

PUBLICIDAD, PROFESION, EVOLUCION

747 ROCA, Joaquín. -- Sponsorship.

Barcelona, 1987. -- 264 p.

Concepto, características y posibilidades de la esponsorización como táctica publicitaria.

PUBLICIDAD, DEPORTE, ESPONSORIZACION

748 ROMAGUERA I RAMIO, Joaquín

Un mecenatge cinematogràfic.

Barcelona: Fundació Mediterrània, 1988 CINE, PATROCINIO

749 ORTIZ CHAPARRÓ, Antonio

Aires de cambio en el mundo de la información en línea.

En: Fundesco. -- n.81 (Mayo, 1988); p.12 Discusión sobre la rentabilidad de las bases de datos, su instalación y explotación. Comenta los cambios producidos desde su implantación en sus elementos tecnológicos.

RENTABILIDAD, BASES DE DATOS, TARIFAS

750 RODRIGUEZ JUMENEZ, Manuel

Europa se prepara para las industrias del idioma.

En: Fundesco. -- n.81 (Mayo, 1988); p.10-11 La realidad multilingüista de la CE obliga al desarrollo de la industria del idioma, con introducción de nuevas tecnologías de traducción directa y tratamiento del lenguaje. Se desarrollan tam-

- bién programas técnicos en cooperación europea en este sector.
IDIOMA, CEE, NUEVAS TECNOLOGIAS
- 751 La fatídica barrera de los 80.
En: I.P. MARK. -- n.319 (16-30 noviembre, 1988); p.61-70
Informe sobre los índices de lectura y venta de periódicos en España. La cifra de 80 ejemplares cada 1.000 habitantes se enmarca en los baremos de la UNESCO como nivel de sub-desarrollo. Las reconversiones tecnológicas no han conseguido mejorar estos niveles de difusión. Se incluyen cuadros estadísticos sobre la relación población y lectura de periódicos en España.
PRENSA, DIFUSION, 1988, ESTADISTICA
- 752 FERNANDEZ DEL VADO, Santiago
La prensa diaria, en la encrucijada.
En: I.P. MARK. -- n.319 (16-30 noviembre, 1988); p.71-77
Presentación de la situación actual de los diarios españoles y las empresas que los sustentan. Los últimos cambios y nombramientos en el panorama informativo español, los efectos de la democracia sobre la prensa, las subvenciones. Publicidad y competencia se presentan ante la alternativa de otros medios.
PRENSA, DEMOCRACIA, ESPAÑA, EVOLUCION, SUBVENCION
- 753 ROSES, María
Prensa local y comarcal: un futuro por delante.
En: I.P. MARK. -- n.319 (16-30 noviembre, 1988); p.85
Presentación del panorama de la prensa local en España; sus empresas, publicidad y futuro en medio del cambio de las publicaciones periódicas. Cataluña, Baleares, Comunidad de Madrid, Galicia y País Vasco son focos históricos y actuales del desarrollo de esta prensa, según datos de la Asociación de Prensa Comarcal en Cataluña.
PRENSA LOCAL, ESPAÑA, 1988
- 754 II Jornadas Internacionales de Patrocinio y Mecenazgo. Sponsoring por activa y por pasiva en Madrid.
En: I.P. MARK. -- n.319 (16-30 noviembre, 1988); p.31-36
Resumen de las jornadas sobre patrocinio celebradas en Madrid en octubre de 1988, donde se destaca la colaboración publicitaria de empresas en diversas actividades de ocio y cultura como una forma de comunicación, ante otros intereses empresariales, a nivel internacional.
PATROCINADOR, EMPRESA, CULTURA, 1988
- 755 CAZORLA PEREZ, J. y CANO BUESO, Juan B.
La opinión pública ante el Defensor del Pueblo estatal.
En: Revista de Estudios Políticos. -- n.59 (Enero-Marzo, 1988); p.45-60
Sondeo de opinión y resultados realizado en 1986 sobre la figura y actuación del Defensor del Pueblo. Presenta resultados parciales recopilados en Andalucía y el tipo de quejas presentadas en esta comunidad.
DEFENSOR DEL PUEBLO, OPINION PUBLICA, SONDEO, 1986, ANDALUCIA
- 756 Muñoz Carrión, Antonio P.
De la relación comunicativa a la comprensión de la cultura:
Elementos para una antropología de la Comunicación.
En: Cuadernos de realidades sociales. -- n.32-33 (1988); p.31-53
El papel de la Comunicación en la creación y evolución de realidades sociales. Una comunicación con manifestaciones que superan el mero intercambio lingüístico o gestual y evoluciona hacia una integración de la cultura en las sociedades. Los antropólogos estudian y explican esta evolución.
ANTROPOLOGIA, COMUNICACION, CULTURA, METODO, LENGUAJE, PROCESO, SOCIEDAD.
- 757 La prensa diaria en España y su distribución geográfica.
En: I.P. MARK. -- n.319 (1988); p.87-94
Estudio en cifras de la prensa diaria española según la OJD. Los parámetros son: difusión por comunidades autónomas y la difusión global de los diarios, situándose Madrid, Barcelona, Vizcaya, Valencia y Guipúzcoa en cabeza. El resto de las capitales no alcanza este 4% del global.
ESPAÑA, PRENSA, DIFUSION, ESTADISTICA, 1988
- 758 ABRIL CURTO, Gonzalo
Tres apólogos sobre la reflexividad massmediática.
Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de comunicación (2º. 1988. Madrid). El estado de la Comunicación en España. -- Ejemp. mecan.
Ponencia sobre massmedia en la que se trata de la circulación y utilización de los mensajes. El autor establece tres niveles: enunciado, enunciación y discurso.
COMUNICACION, MENSAJE, MEDIO INFORMATIVO, ENUNCIACION, DISCURSO.
- 759 LEDO ANDION, Margarita.
Para la lectura crítica de la nueva identidad de la prensa.
Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de la comunicación (2º. 1988. Madrid). El estado de la comunicación en España. -- Ejemp. mecan.
Estudia la identidad o situación y características de la prensa actual, en concreto los aspectos empresariales y la adquisición de nuevas tecnologías.
AIC, MEDIO INFORMATIVO, PRENSA, EMPRESA, NUEVAS TECNOLOGIAS.
- 760 Jimenez Segura, Jesús
Situación actual de la televisión local en la Comunidad Vasca.
Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de la comunicación (2º. 1988. Madrid.) El estado de la comunicación en España. -- Ejemp. mecan.
Presenta la situación de las emisoras locales de TV en Euskadi y su contexto sociopolítico y legal. El equipamiento económico y humano de estas emisoras es escaso, los temas son de interés local y la producción propia. Las mayores dificultades residen en las disposiciones legales derivadas de la LOTV por lo que algunas situaciones dependen del arbitrio de los responsables políticos locales.
ESTATUTOS, TELEVISION LOCAL, PAIS VASCO, EUSKADI, PROGRAMACION, LEGISLACION, DEMOCRACIA.
- 761 PIÑUEL RAIGADA, Jose Luis.
Comunicación política y representaciones sociales.

Informe de una investigación en curso sobre el plebiscito chileno; aspectos metodológicos.

Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de la comunicación (2º. 1988. Madrid.) El estado de la comunicación en España. -- Ejemp. mecan. POLITICA, COMUNICACION, CHILE, SOCIEDAD, ELECCIONES,

762 QUIROS FERNANDEZ, Fernando.

Una política de comunicación en España.

Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de la comunicación (2º. 1988. Madrid.) El estado de la comunicación en España. -- Ejemp. mecan.

El papel de la comunicación en la política según las diferentes ideologías. Los retos comunicativos en la modernidad (cable, satélite...). Legislación en comunicación. COMUNICACION, POLITICA, ESPAÑA, LEGISLACION,

763 VICENTE IDOYAGA, Jose.

Políticas de comunicación: la televisión.

Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de la comunicación (2º. 1988. Madrid.) El estado de la comunicación en España. -- Ejemp. mecan.

Análisis de la política comunicativa de televisión en España desde 1976 hasta hoy. Incluye legislación dada por las instituciones sobre este tema.

TELEVISION, LEGISLACION, ESPAÑA, A.I.C., POLITICA,

764 CEBRIAN, Mariano.

Interdependencias, desequilibrios y reajustes del sistema audiovisual: horizonte audiovisual de los 90.

Simposium internacional de la AIC sobre políticas informativas y de la comunicación (2º. 1988. Madrid.) El estado de la comunicación en España. -- Ejemp. mecan.

Panorámica del medio audiovisual para la década de los 90, en constante cambio gracias a las nuevas tecnologías. Notas bibliográficas.

ESPAÑA, AUDIOVISUAL, NUEVAS TECNOLOGIAS,

765 GUERRERO, Jose.

Publicidad en diarios nacionales, regionales y locales.

En: AEDE n.13 (primer semestre 1988); p. 24-29 Destaca la importancia del soporte prensa para la publicidad, analiza la estrategia publicitaria en prensa de diferente difusión para la captación de potenciales consumidores.

PUBLICIDAD, PRENSA, MERCADO,

766 COSTA, Joan.

Entre la teoría y la práctica, los métodos de acción.

En: Control. -- n.315 (Noviembre 1988); p. 86-87 Resumen sobre el curso La comunicación de la teoría a la práctica celebrado en agosto de 1988. Reflexión y reseña de las opiniones en el tema, donde se concluye que el paso intermedio es la necesaria metodología de la comunicación.

COMUNICACION, METODOLOGIA, TEORIA,

767 Las revistas como productos de consumo.

En: Control. -- n.315 (Noviembre 1988); p. 50-58

Presentación de opiniones de expertos en publicidad, periodismo, y marketing sobre el tema de las revistas en el mercado y consumo. Se analizan los factores que influyen en el producto final: leyes, economía, publicidad, gusto del público.

REVISTAS, MERCADO, PUBLICIDAD, CONSUMO,

768 RIEGO, Bernardo

Orígenes científicos de la fotografía.

En: Arte fotográfico. -- n.435 (Marzo 1988); p. 245-247

Descripción de la fotografía como método e instrumento científico, desde sus orígenes. El dequerrotipo fue ya concebido como medio científico para la reproducción de la realidad. Sistemático y contrastable según el Método científico y sus caracteres. Aborda, también, las aplicaciones actuales de la fotografía en diversas ciencias: microfotografía, holografía, fotomacrografía entre otras, remitiendo a bibliografía especializada.

FOTOGRAFIA, CIENCIA HISTORIA,

769 DOMINGUEZ PERELA, Enrique.

La imagen fotográfica como estímulo visual.

En: Arte fotográfico. -- n. 435 (Marzo 1988); p. 257-267

Estudio de psicología de la imagen sobre ejemplos concretos presentados en el reportaje. Introduce nociones técnicas para conseguir una amplia variedad de efectos de percepción o leyes como la semejanza proximidad, continuidad, simetría... ante una imagen fotográfica.

FOTOGRAFIA, PSICOLOGIA, IMAGEN, TECNICA,

770 Imogen Cunningham: el impulso creativo de una mujer.

En: Arte fotográfico. -- n.435 (Febrero 1988); p. 78-85

Reproducción de la entrevista a la fotógrafa Imogen Cunningham, norteamericana, publicada en el libro Diálogo con la fotografía, ED. Gustavo Gili 1980. Se recoge la trayectoria personal y profesional de esta mujer desde 1906 hasta sus proyectos actuales a los 95 años. Sus técnicas y trabajos, viajes y otros profesionales que conoció fueron publicados a raíz de la muestra de su obra en el Círculo de Bellas Artes de Madrid 1980.

CUNNINGHAM, Imagen, FOTOGRAFIA, BIOGRAFIA, USA, HISTORIA,

771 MATEOS, Patricia.

La fotografía, una historia con nombres propios.

En: Arte fotográfico. -- n. 434 (Febrero 1988); p. 60-65

Cronología del arte de la fotografía en su evolución técnica y de contenido. Recorrido histórico desde Daguerre hasta el Pictorialismo e impresionismo fotográfico. Presenta sus aportaciones a este legado universal, valorando su aportación documental-informativa.

FOTOGRAFIA, LENGUAJE, HISTORIA, EVOLUCION, DAGUERROTIPO, PICTORIALISMO,

772 SCHOMMER, Alberto.

Un intérprete del entorno.

En: Arte fotográfico. -- n. 434 (Febrero, 1988); p.66 El autor

se presenta como artista en continua evolución siempre en su libertad. Habla de las dificultades artísticas de la fotografía publicitaria por la presión económica, la fotografía

psicológica, la de recuperación y superar estas limitaciones en su talento de interpretación del entorno en sus composiciones. Se incluye una muestra de este estilo fotográfico personal.

FOTOGRAFIA, ARTE, ENTORNO, PSICOLOGIA, SCHOMMER, Alberto,

773 WILLIAMS, Rosalind.

La comercialización de la obra fotográfica.

En: Arte fotográfico. -- n.434 (Febrero 1988) ; p. 5-19 Entrevista con Rosalind Williams, directora de galería de arte en Madrid, quien valora y explica la situación de la fotografía profesional y artística en España. Reconoce las dificultades de comercialización del arte, la falta de difusión y sin embargo, hoy existe una multiplicación de tendencias aunque ni los profesionales artistas son conscientes. Valora las aportaciones de ferias como ARCO, plataforma anual de Arte contemporáneo y el proyecto Arizona, intercambio cultural entre España y EEUU en fotografía.

ARTE, FOTOGRAFIA, MERCADO, ARCO,

774 Inversión publicitaria en revistas.

En: Control. -- n.315 (noviembre 1988) ; p. 64-76.

Presentación de estadísticas y datos económicos de la inversión publicitaria en el soporte revista durante 1987. Se añaden datos de los sectores inversores y sus marcas, en la última década.

INVERSION, ECONOMIA, REVISTAS, EMPRESAS, PUBLICIDAD,

775 DOMINGUEZ PERELA, Enrique.

La imagen fotográfica como estímulo visual.

En: Arte fotográfico. -- n. 443 (1988) ; p. 999-1007 Estudio sobre el anuncio publicitario como resorte de comunicación y estímulo visual. Desde estas técnicas, con una breve cronología de su origen, se espera conseguir la respuesta consumista adecuada. Se presentan las estrategias de asociación, identificación, motivación... que funcionan en el anuncio publicitario y cuales son las mejores condiciones para su efectividad.

ANUNCIO, MARKETING, CONSUMO, PUBLICIDAD VISUAL

776 BENITO, Angel

La enseñanza universitaria de la Publicidad

En: AEDE. -- n.13 (1 semestre, 1988) ; p.36-42 Recorrido histórico de la enseñanza de la Publicidad hasta su nivel universitario donde se aportan datos concretos desde la Universidad Complutense de Madrid y otros centros españoles. Cuestiona la aportación administrativa a la enseñanza universitaria.

PUBLICIDAD, UCM, ENSEÑANZA ESPAÑA

777 VIGNAU MIRO, Alfonso

La publicidad como noticia

En: AEDE. -- n.13 (1 semestre 1988) ; p.18-22 Análisis de la importancia de los anuncios en prensa, intromisión entre información y publicidad y la capacidad de ésta como información. A través de ejemplos de anuncios funerarios,

compra-venta... se perfila la evolución de la sociedad que los produce y consume.

INFORMACION, SOCIEDAD, PUBLICIDAD'

778 GUTIERREZ, María

La programación radiotelevisiva infantil

En: TELOS. -- n. 12 (1 trimestre 1988) ; p.34-39 Análisis del medio radio en la educación infantil. Supone que está infrutilizado y enfrentado con la televisión en su papel de animador y juguete infantil. Propone un a multiplicación de los programas para las diferentes etapas de madurez en los niños.

RADIO, TELEVISION, INFANCIA

779 El valor del eslogan en los spots publicitarios: análisis empírico de su papel en Televisión Española.

En: Campaña. -- n.337 (Diciembre 1988) ; p.22-29 Relación entre el eslogan y el spot publicitario en TVE, Clases de mensajes, forma y características a seguir. Ejemplos de slogan, que deben ser el resumen del mensaje publicitario.

ESLOGAN, PUBLICIDAD, LENGUAJE

780 KANDEL, Ragrá A.

Comunicación e identidad cultural en los países árabes del Golfo.

Barcelona, julio, 1988. -- p.879-892 XVI Congreso AIERI IDENTIDAD CULTURAL, EMIRATOS ARABES, COMUNICACION

781 MAHAMTIN, Yahia

Televisión argelina y el fenómeno Dallas: imperialismo cultural o apropiación.

Barcelona, julio, 1988. -- p.893-919 XVI Congreso AIERI ARGELIA, TELEVISION, DALLAS, IMPERIALISMO, CULTURA

782 PARES, Manuel

Algunas consideraciones sobre la identidad cultural europea.

Barcelona, julio, 1988. -- p. 920-934 XVI Congreso AIERI IDENTIDAD CULTURAL, EUROPA

783 PAWELS, Caroline,

Televisión sin fronteras, Cómo preservar la cultura europea por medio de una política de la radiodifusión

Barcelona, julio, 1988. -- p. 935-960 XVI Congreso AIERI TELEVISION, EUROPA, CULTURA, POLITICA, TRANSFRONTERA

784 UCHE, L.

Comunicación de masa e identidad cultural. Los temas no resueltos de soberanía nacional y autonomía cultural en la estela de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Barcelona, julio, 1988. -- COMUNICACION SOCIAL, IDENTIDAD CULTURAL, SOBERANIA NUEVAS TECNOLOGIAS

785 TOLEDANO, Miguel Angel

Sobre la TV. libre

En: Telos. -- n.12 (1 trimestre 1988) ; p. 108-110

Comentario sobre el proyecto de Ley de TV libre y otras opiniones en torno al tema. Crítica la rigidez de la Administración en las libertades frente a la iniciativa privada.

LEGISLACION, TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA

786 KINDELAN JAQUOTOT, Antonio

Gobierno y grupos editoriales: ajuste a la carta.

En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p. 110-112
Comentario sobre el proyecto de Ley de TV Privada en España y sus circunstancias socio-políticas. El autor cree que es un proyecto parcial y mutilado desde su origen, a causa de las presiones de diversos grupos interesados.

LEGISLACION, TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA

787 VIRSEDA, Francisco

La TV privada en España.

En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.105-108
Discurso del Director General de Medios de Comunicación Social, a raíz de la polémica Ley de Televisión Privada en España. Exposición comparada de la legislación española con otras anteriores y extranjeras, donde se la define como servicio público incuestionable.

LEGISLACION, TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA

788 TVG incrementa sus tarifas en un 12'5 %.

En: Campaña. -- n.337 (16-31 diciembre, 1988) ; p.17-20
Exposición de tarifas de publicidad establecidas por TVE para 1989. El incremento aproximado es del 12%. Análisis y exposición de precios para spots dependiendo de la duración. Legislación sobre la responsabilidad de los anuncios. Modificaciones en las condiciones de contratos y admisión de anuncios por la Gerencia de los anuncios de publicidad de RTVE. Muestra de precios según la hora de emisión y el centro emisor.

PUBLICIDAD, TELEVISION, TARIFA, LEGISLACION

789 Colarse por la puerta de atrás.

En: Campaña. -- n.333 (16-31 octubre, 1988) ; p.48-49
La comunicación activa. Publicidad sólida, es el libro de Marçal Moline que establece las pautas a seguir para lograr la mayor creatividad en el campo publicitario. Además se expone cómo lograr una buena comunicación para que el receptor capte el mensaje propuesto. Despertar el interés. Reproducción del capítulo Chips de papel, del mencionado libro. Análisis.

MOLINE, Marçal, PUBLICIDAD, COMUNICACION, CREATIVIDAD

790 Televisión Española se recupera.

En: Campaña. -- n.333 (16-31 octubre, 1988) ; p.44-45
Ranking de programas de mayor audiencia en TVE, durante septiembre de 1988. Lenta recuperación de la programación tras el letargo estival. Muestra de audiencia. Films en cabeza. TVE, PROGRAMACION, AUDIENCIA

791 Escasa apelación a la velocidad en la publicidad de automóviles.

En: Campaña. -- n.333 (16-31 octubre, 1988) ; p.27-34
Análisis de 23 spots de automóviles emitidos en TVE en

marzo de 1988. Escasa apelación a la velocidad. Historia de la publicidad automovilística. Metodología publicitaria. Resultados del estudio.

PUBLICIDAD, AUTOMOVILES, ESPAÑA, VELOCIDAD, CONTROL

792 Famosos para vender España.

En: Campaña. -- n.333 (16-31 octubre, 1988) ; p.24-25
Personajes famosos colaboran en la campaña de turismo internacional. Sus rostros que aparecen en TV y otros medios, son meros objetos publicitarios que tratan de vender al exterior un producto: la buena imagen de España. Análisis de los buenos resultados económicos obtenidos con esta técnica.

PUBLICIDAD, ESPAÑA, PERSONAJES

793 La prensa pierde el liderazgo.

En: Campaña. -- n.333 (16-31 octubre, 1988) ; p.12-13
Se compara la inversión efectuada en prensa diaria con la efectuada en el conjunto de televisiones, de enero a junio de 1988. La TVE es el medio rey. Estadísticas sobre la inversión. Análisis de las inversiones en publicidad directa y promociones. Diferencia de publicidad según el medio al que se dirige.

PUBLICIDAD, PRENSA, INVERSION, ESPAÑA

794 Los medios justifican el fin.

En: Campaña. -- n.333 (16-31 octubre, 1988) ; p.4-11
Análisis sobre la acumulación de Medios de Comunicación en pocas manos y la creación de holding como el Grupo Saatchi, de Gran Bretaña. Historia del grupo y del ascenso de John Perriss, su Director mundial. Las victorias empresariales y los planes truncados. El porqué de su éxito. Cómo realizan la captación de Mercado. Entrevista a José M^a Casero, Consejero Delegado de Central Media e Interdis.

MEDIOS DE COMUNICACION, HOLDING, GRAN BRETAÑA, CRUPO SAATCHI, MERCADO, EMPRESA

795 La conquista del lector.

En: Campaña. -- n.332 (1-15 octubre, 1988) ; p.45-46
Presentación del Seminario Internacional sobre Prensa en la Unjversidad de Navarra. Sesiones inauguradas por Pedro Crespo, Secretario General de AEDE. Asistieron más de 30 directivos de empresas periodistas españolas. Se trató su entorno socio-político y las causas de éxito o fracaso de diarios europeos. Las perspectivas del periodismo, y la necesidad de emplear la ética periodística entre otros temas.

PRENSA, EVOLUCION, ETICA

796 Los estilos publicitarios en televisión durante 1987.

En: Campaña. -- n.332 (1-15 octubre, 1988) ; p.25-37
Se presenta el estudio anual sobre publicidad en Televisión Española durante 1987. Estadísticas y cuadros explicativos sobre los estilos publicitarios, la publicidad emotiva, informativa, humorística, de carácter regresivo, etc. Presentación de los cinco estilos publicitarios más frecuentes. Análisis de la importancia del color, el tema y la voz en off.

PUBLICIDAD, TELEVISION, ESPAÑA

797 Desciende la rentabilidad en Televisión.

En: Campaña. -- n.332 (1-15 octubre, 1988) ; p.20-21
Análisis de la rentabilidad de los spots televisivos según el informe McCam-Erickson de 1987. Este informe incluye TV autonómicas y hace un análisis de 1983 a 1987. La rentabilidad disminuye al aparecer nuevos canales que fragmentan la audiencia. Estadísticas de inversión por sectores, por años y por objetivos equiparables.
TELEVISION, PUBLICIDAD, ESPAÑA, RENTABILIDAD

798 Guía. Suplemento anual 1988.

En: I.P.MARK. -- 1988 Índice general de direcciones de agencias, artes gráficas, cine y TV, investigación, relaciones públicas y servicios de empresas publicitarias recogidas por I.P.MARK en 1988.
PUBLICIDAD, DIRECTORIO

799 Escasas novedades en la programación radiofónica.

En: Campaña. -- n.332 (1-15 octubre, 1988); p.11-16
Exposición de las novedades de las principales cadenas de radio tras el descanso veraniego. La SER presenta la mayor innovación al inaugurar la transmisión vía satélite. En general pocas innovaciones. Sólo pequeños retoques en los Magazines. Todas las cadenas en general emitirán más temprano los informativos, que cambian su estructura. Se analizan programas como: Protagonistas, de Luis del Olmo, la incorporación al programa de Encarna Sánchez de Pilar Urbano. Se revisa la programación de la SER, Antena 3, y RCE entre otras.
RADIO, ESPAÑA, PROGRAMACION

800 Revistas del corazón: audiencias millonarias.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.62-65
Análisis del alto nivel de lectores que tienen las revistas del corazón. El periodismo amarillo está en estos momentos a la cabeza del mercado. Ofrece las mayores ganancias. La publicidad se vende con facilidad y se invierte en estas revistas. Estadística de datos.
REVISTAS, AUDIENCIA, ESPAÑA, ESTADISTICA, INVERSION, MERCADO, PRENSA DEL CORAZON

801 La creación de tipos a través de las nuevas tecnologías.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.50-52
Analiza el diseño tipográfico y su evolución desde la creación de la imprenta. Nuevos diseños se realizan con ordenadores y láser en la tipografía. Se realiza además reducción de originales y creación de nuevos tipos. Las nuevas tecnologías influyen además en el arte fotográfico.
NUEVAS TECNOLOGIAS, TIPOGRAFIA, IMPRENTA, EVOLUCION, PRENSA, FOTOGRAFIA, HISTORIA

802 La prensa, ante la amenaza de la televisión y de sus propias inercias.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.45
Se trata el futuro de la industria periodística. La publicidad disminuye su inversión en prensa escrita, ante la existencia de medios con mayor impacto como TV. Según Kenny es necesario además mejorar loa análisis de lectura de los diarios,

multiplicar las secciones y contar con sistemas más exactos de medición de la tirada de los diarios.

PRENSA, PUBLICIDAD, TELEVISION, AUDIENCIA, LECTURA

803 El valor de la imagen registrada.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.40-42
Análisis de las Conferencias y Seminarios para Directivos celebradas en Madrid del 20 al 21 de abril de 1988. Relación entre la imagen de la empresa y el aumento en las ventas. Necesidad del cuidado de la imagen del producto. Se asegura que invertir en mejorar la imagen de la empresa es generalmente rentable.

IMAGEN, EMPRESA, INVERSION, RENTABILIDAD

804 Queremos ser competitivos.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.36
Los representantes de las televisiones autonómicas aseguran que es necesaria la cooperación para llegar a ser competentes en el mercado. Además se necesita calidad y rentabilidad a través de la Publicidad.

TELEVISION, AUTONOMIAS, ESPAÑA, COOPERACION

805 Las televisiones privadas se reunieron en Munditele.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.34
Los representantes de las televisiones privadas se reunieron en Zaragoza para tratar el tema de las coproducciones entre las diferentes televisiones autonómicas. Actualmente TVGalicia, ETB y TVMadrid efectúan compras conjuntamente en el campo de deporte, en concreto.

TELEVISION PRIVADA, AUTONOMIAS, COOPERACION, ESPAÑA

806 Munditele: fallaron las expectativas comerciales.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.32-34
En el Centro Internacional de Exposiciones y Congresos de Zaragoza, se celebró del 15-19 de abril Munditele, Salón Mundial de Producciones para Televisión. Explicación de las secciones que lo componen: Exposición de Equipamiento Profesional, Festival de Series de Televisión y Fórum de la Comunicación Audiovisual.

MUNDITELE, ZARAGOZA, CONGRESO, TELEVISION, PRODUCCION

807 La gran carcajada. Festín de humor en el teatro Victoria Eugenia.

En: Campaña. -- n.326 (15-30 mayo, 1988) ; p.28-30
Análisis del Festival Publicitario de Donostia. Reflexión sobre la utilización en publicidad de niños que se comportan como adultos y viceversa. Introducción del Blanco-Negro. Explica la reacción del público asistente ante cada spot. Analiza los efectos que los mensajes publicitarios pueden tener. Se narra el desarrollo del festival.

FESTIVAL, PUBLICIDAD, CINE, CREATIVIDAD, INFLUENCIA, SAN SEBASTIAN

808 GARCIA LLOVET, Enrique

Servicio público y televisión privada.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988) ; p.117-122 Análisis jurídico del proyecto de ley de TV privada. Muestra los elementos básicos de la ley y su contexto social, a la vez que indica las insuficiencias e incógnitas planteadas por el proyecto.

LEGISLACION, TELEVISION PRIVADA, ESPAÑA

809 LASAGNI, M^a Cristina

Mujeres y viejas tecnologías.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988) ; p.89-94 Reflexión sobre la relación entre mujeres y nuevas tecnologías. La mujer queda excluida del mundo de las decisiones, puestos que ocupan, en su gran mayoría, los hombres. La situación está empezando a cambiar desde el momento en que la educación es igual para niños que para niñas, y es aquí donde la autora hace mayor hincapié.

MUJER, NUEVAS TECNOLOGIAS, EDUCACION

810 ASTELARRA, Judith

Tecnología y valores.

En: Telos. -- n.13 (Marzo-Mayo, 1988) ; p.95-103 Hace un estudio de la dualidad entre hombre y mujer a lo largo de la historia y cómo esta diferencia ha influido en la sociedad actual, tanto en el terreno laboral, como en el hogar. La tecnología no es independiente del contexto social en que se utiliza, y se considera como una actividad masculina.

MUJER, NUEVAS TECNOLOGIAS, SOCIEDAD, HISTORIA, TRABAJO

811 ALTABELLA, José

Los anuncios por palabras, fuente de comunicación.

En: AEDE. -- n.13 (1er. semestre, 1988) ; p.30-34 Análisis cronológico de los anuncios por palabras en su contexto social. Destacan los orígenes del anuncio a través del Diario de Madrid, s.XVIII, y su asentamiento en ABC en el siglo XIX. Aporta datos y nombres propios al examen histórico y estudia la importancia económica de las suscripciones en estos medios..

ANUNCIO POR PALABRAS, HISTORIA, PRENSA, ESPAÑA, SUSCRIPCIONES

812 BALDI, Paolo

La información televisiva: entre el paternalismo y la comunicación.

En: Telos. -- n.12 (1er. trimestre, 1988) ; p.40-48 Presenta los criterios profesionales de la TV en Francia e Italia entre los años 70-80. Considera que hay un cambio desde la objetividad como meta profesional a la actual responsabilidad paternalista en la educación, junto a un exceso de periodismo analítico. Estos factores uniformizan las programaciones sin atender a las relevancias de la comunicación social.

TELEVISION, FRANCIA, ITALIA, EDUCACION, CONTENIDO

813 Buen año para la TV por cable.

En: I.P.MARK. -- n.302 (16-31 enero, 1988) ; p.23-25 Previsiones para la TV por cable en EEUU en 1988. Análisis del estado de la TV por cable en este país. Creación de un holding dirigido por Ted Turner de TV por cable en EEUU.

Problemas inmediatos, intereses, previsiones de duración y crítica.

TELEVISION CABLE, USA

814 CAMPO ECHEVERRIA, Antonio del

Periódicos montañeses (1): 1808-1908, cien años de prensa en Santander.

Santander :Tantín,1987. -- 424 p.

ISBN 84-86360-52-8 Recopilación de los periódicos publicados en Santander durante el siglo XIX, con notas sobre sus características.

PRENSA, HISTORIA, ESPAÑA

815 URABAYEN, Miguel

Estructura de la Información periodística: Concepto y método.

Barcelona :Mitre,1988. -- 149 p.

ISBN 84-7652-036-0 Estudio del concepto de información periodística y de su estructura, relaciones con otras ciencias y situación de la disciplina en los estudios universitarios de ciencias de la información. Revisa también el método científico para su estudio.

INFORMACION, PERIODISMO, ESTRUCTURA, CONCEPTO

816 ROSELLO DALMAU, Ramón

Cómo se hace un programa de televisión

Madrid :RTVE,1987. -- 134 p.

ISBN 84-505-7112-X

Analiza los medios técnicos y de producción así como el lenguaje audiovisual.

TELEVISION, PROGRAMA, PRODUCCION, ESTUDIO, LENGUAJE, ILUMINACION

817 LARA GARCIA, María Pepa

Historia de los cines malagueños (Desde sus orígenes hasta 1946)

Málaga: Excma. Diputación Provincial, 1988. -- 185 p.

ISBN 84-7785-004-6 Estudio histórico de salas y técnicas de cine en Málaga desde sus comienzos. Muestra la evolución y remodelación de cines y teatros, cines de verano y datos históricos y anecdóticos de cada local y su público.

CINE, HISTORIA, MALAGA, TEATRO, ESPAÑA

818 BONDIA ROMAN, Fernando

Propiedad intelectual. Su significado en la sociedad de la información

Madrid: Trivium, 1988. -- 350 p.

ISBN 84-86440-85-8 Comentarios a la Ley 22/1987 de 11 de noviembre de Propiedad intelectual. Se estudian cuestiones económicas, políticas, sociales, y diferencias con el régimen jurídico anterior. Incluye el texto legal.

PROPIEDAD INTELECTUAL, LEGISLACION, ESPAÑA

819 MORAN TORRES,Esteban

Géneros del periodismo de opinión

Pamplona:Universidad de Navarra,1988 . -- 237 p.

ISBN 84-313-1040-5 Estudia las clases de periodismo de opinión: crítica, comentario, editorial, columna, dibujos y

caricaturas, en diferente temática. También comenta las cartas de los lectores. Índice de nombres citados en los ejemplos.

PERIODISMO, GENERO, OPINION

820 ORIVE RIVA, Pedro

Los españoles ante los telediaros

Madrid: Asociación de Estudios de Comunicación para las Autonomías (AECAS), 1988. -- 285 p.

ISBN 84-86536-01-4 Primero se da una panorámica de la situación de la televisión en España. A continuación se hace un estudio de los telediaros a partir de encuestas: características, influencias sobre los espectadores, mensajes; se incluye comentarios sobre los telediaros regionales.

Bibliografía

TELEVISION, TELEDIARIO, ESPAÑA

821 AMAT, Nuria

Documentación Científica y Nuevas Tecnologías de la Información

Madrid: Pirámide, 1988 ISBN 84-368-0379-5 Presentación de métodos, sistemas y recursos para la Documentación Científica e Informativa. Presenta la ciencia documental como un proceso de conocimiento, recuperación y divulgación de la Información. Incluye referencias de esta actividad en otros países y las organizaciones científicas de Documentación en varias especialidades.

DOCUMENTACION, TECNOLOGIA, CIENCIA, INFORMACION, RECUPERACION, DIFUSION, PROCESO

822 RODRIGUEZ JIMENEZ, Victor

Manual de redacción: ortografía, recursos literarios, estilos, comentario de textos.

Madrid: Paraninfo, 1988. -- 229 p.

ISBN 84-283-1562-6 REDACCION, LENGUA ESPAÑOLA, ORTOGRAFIA, COMENTARIO DE TEXTOS, ESTILO LITERARIO

823 GASCA, Luis y GUBERN, Román

El discurso del cómic

Madrid: Cátedra, 1988. -- 714 p.

ISBN 84-376-0753-2 COMIC, ANALISIS DE CONTENIDO, LENGUAJE

824 VALLS, Josep Francesc

Prensa y burguesía en el XIX español

Barcelona: Anthropos, 1988. -- 275 p.

ISBN 84-7658-073-8 HISTORIA DEL PERIODISMO, ESPAÑA, SIGLO XIX.

825 CHINCHILLA, Carmen

Legislación básica de radio y televisión

Madrid: Tecnos, 1988. -- 119 p.

ISBN 84-309-1775-3 RADIO, TELEVISION, LEGISLACION, ESPAÑA

826 LOPEZ PUMAREJO, Tomás

Aproximación a la telenovela: Dallas, Dinastía, Falcon Crest

Madrid: Cátedra, 1987. -- 186 p.

ISBN 84-376-0717-5 TELEVISION, TELENOVELA, USA

827 ALONSO, Maximiliano y otros

EL teletexto

Madrid: Radiotelevisión española, 1988. -- 95 p.

ISBN 84-505-7616-4 TELETXTO, RADJOTELEVISION ESPAÑOLA

828 Universidad y Medios de comunicación

Granada: Ministerio de Educación y Ciencia, 1987. -- 159 p.

ISBN 84-600-5234-6 Ponencias de las Jornadas sobre universidad y medios de comunicación, tratan de los temas siguientes: formación de periodistas, documentación, fuentes de información dentro del marco de la CEE UNIVERSIDAD, MEDIO INFORMATIVO, PERIODISTAS, FORMACION, CEE

829 SCHLESINGER, P.H. y otros

Los intelectuales en la sociedad de la información

Barcelona: Antropos, 1987. -- 229 p.

ISBN 84-7658-049-5 Posición de los intelectuales ante la cultura y la sociedad de la información CULTURA, INFORMACION, INTELECTUALES, SOCIEDAD

830 LA MOYA, Ignacio de

Diccionario de la comunicación

Madrid: Paraninfo, 1988. -- 2 v.

ISBN 84-283-1607-4 Diccionario sobre la comunicación: medios de información, publicidad, música, interpretación, etc.

DICCIONARIO, COMUNICACION,

831 ALCOBA, Santiago

Léxico periodístico español

Barcelona: Ariel, 1987. -- 362 p.

ISBN 84-344-8203-7 Ejercicios de identificación de contexto, de definición lexicográfica de sinónimos y de antónimos con el fin de incrementar el léxico del lector a través de las fuentes periodísticas

LINGUISTICA, LEXICO PERIODISTICO, PRENSA, ESPAÑA

832 COMA, Javier

De Mickey a Marlowe: la edad de oro

Barcelona: Península, 1987. -- 169 p.

ISBN 84-297-2700-0 La historia del cine americano hasta los años 50 como expresión artística del siglo XX HISTORIA, CINE, USA

833 COCTEAU, Jean

El secreto profesional y otros textos

Barcelona: Orbis, 1987. -- 260 p.

ISBN 84-85471-89-X

Textos sobre la libertad de expresión y el secreto profesional, tratados por diversos literatos y artistas de los siglos XIX y XX

LIBERTAD DE EXPRESION, SECRETO PROFESIONAL, ARTE, LITERATURA

- 834 PACO, Jose de y RODRIGUEZ, Joaquin
Amparo Rivelles, pasión de actriz
Murcia: Filmoteca Regional, 1988. -- 99 p.
Filmografía completa de la actriz Amparo Rivelles, incluye fotografías en blanco y negro
CINE, RIVELLES, AMPARO, ESPAÑA, FILMOGRAFIA
- 835 HEREDERO, Carlos F.
Pedro Beltran, la humanidad del esperpento
Murcia: Filmoteca Regional, 1988. -- 122 p.
Biografía y filmografía de Pedro Beltran, incluye entrevista, poemas, etc.
BELTRAN, PEDRO, FILMOGRAFIA, BIOGRAFIA, ESPAÑA
- 836 SCHWARZE, Michael
LUis Buñuel
Barcelona: Plaza y Janés, 1988. -- 218 p.
ISBN 84-01-45079-9 Biofilmografía del director cinematográfico Luis Buñuel.
BUÑUEL, LUIS, CINE, ESPAÑA, DIRECTOR
- 837 ESTEVE RAMIREZ, Francisco
Bibliografía de la Información periodística especializada.
Huelva: Asociación de la Prensa, 1988. -- 62 p.
ISBN 84-404-3000-0 PERIODISMO, ESPECIALIZACION, GENERO, BIBLIOGRAFIA
- 838 Integración curricular del vídeo en la enseñanza.
Madrid: M.E.C., Secretaría General de Educación, 1987. -- 304 p.
ISBN 84-505-6374-7 Aplicación del vídeo en la educación infantil, en asignaturas como dibujo, lengua y literatura española, idiomas, historia, matemáticas y ciencias experimentales; con ejemplos prácticos.
VIDEO, ENSEÑANZA PRIMARIA.
- 839 SUSPERREGUI ETCHEVESTE, José Manuel.
Fundamentos de la fotografía.
Bilbao: Universidad del País Vasco, 1988. -- 324 p.
ISBN 84-7585-113-4 Estudio del medio fotográfico desde tres vertientes diferentes: la tecnología, el pensamiento y las aplicaciones fotográficas.
FOTOGRAFIA, TECNICA.
- 840 VENTIN PEREIRA, José Augusto
La guerra de la radio (1936-1939)
Barcelona: Mitre, Cop. 1986. -- 269 p.
ISBN 84-7652-012-3 Análisis del uso de la radio, como medio de propaganda, desde el sector franquista y su incidencia en el logro de la victoria y etapa de postguerra.
HISTORIA, ESPAÑA, 1936-39, RADIO, POLITICA.
- 841 FRUGONE, Juan Carlos
Rafael Azcona: atrapados por la vida.
Valladolid: 32 Semana de Cine, 1987. -- 179 p.
ISBN 84-404-0647-9 Bibliografía del guionista Rafael Azcona.
CINE, GUIONISTAS, AZCONA-Rafael, ESPAÑA.
- 842 Los SECRETOS de la comunicación a distancia.
Barcelona: Ediciones Técnicas/Rede, 1987. -- 200 p.
ISBN 84-247-0251-4 Estudio que gira en torno a tres conceptos: el emisor de la información, el medio de propagación y el receptor.
PROCESO, COMUNICACION.
- 843 Periodismo y periodistas en la guerra civil / edición al cuidado de Jesús Manuel Martínez.
Madrid: Fundación Banco Exterior, 1987. -- 156 p.
ISBN 84-505-6168-X
Recopilación de trabajos expuestos durante un seminario celebrado en abril y mayo de 1986 en la Facultad de CC. de la Información, Universidad Complutense de Madrid, sobre periodismo y periodistas en el periodo 1936-39.
ESPAÑA, HISTORIA, GUERRA CIVIL, PERIODISMO, PERIODISTAS, 1936-39.
- 844 Importantes de la comunicación.
Madrid: ASECOM, 1987. -- 241 p.
ISBN 84-398-9507-0 Directorio de personalidades del sector de la comunicación en España.
PERSONALIDADES, COMUNICACION, ESPAÑA.
- 845 GONZALEZ BEDOYA, Jesús.
Curso de ética: introducción a algunas teorías.
Barcelona: Mitre, 1987. -- 175 p.
ISBN 84-7652-033-06 Estudio basado en los textos clásicos sobre el objeto y el sentido de la conducta y la vida humanas.
ETICA, VALORES MORALES, CONCEPTOS MORALES, ARANGUREN, J. L., ZUBIRI, NATURALEZA HUMANA.
- 846 YONNET, Paul.
Juegos, modas y masas.
Barcelona: Gedisa, 1988. -- 293 p.
ISBN 84-7432-294-4 Exploración optimista de las prácticas que constituyen la sociedad democrática de masas: los gatos, el automovilismo, el juego y las apuestas, los deportes, el ocio, la moda...
SOCIOLOGIA URBANA.
- 847 ZELDIS MENDEL, León.
Diccionario de la moda, confección e industrias afines.
Madrid: Paraninfo, 1988. -- 251 p.
ISBN 84-283-1561-2 Diccionario de términos y expresiones usados en las industrias textiles, de la confección, de la moda y del vestido. escrito en español-inglés y viceversa.
DICCIONARIOS, MODA, INDUSTRIA TEXTIL.
- 848 FERNANDEZ SANTOS, Angel
Más allá del oeste.
Madrid: EL PAIS, 1988 ISBN 84-86459-26-5 Cinco ensayos a propósito del western. Incluye numerosas anotaciones de diálogos de filmes.
PELICULAS DEL OESTE, WESTERN, CINE, GUIONES CINEMATOGRAFICOS.
- 849 FABRIS, S.
Color: proyecto y estética en las artes gráficas.

- Barcelona : Edebé, 1987. -- 157 p.
ISBN 84-236-0624-4 Tratado de los diversos problemas que pueden surgir respecto al color en las artes gráficas y en el diseño.
COLOR, TÉCNICA DEL COLOR, FÍSICA DEL COLOR, ARTES GRÁFICAS, CROMÁTICA, DISEÑO.
- 850 FAGOAGA, Concha
Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española. Madrid : Instituto de la Mujer, 1987. -- 63 p.
Estudio que gira en torno a esta cuestión : qué expectativas están ofreciendo los medios sobre la realidad de las mujeres, qué diferencias de umbrales de participación se están dando entre la presencia de las mujeres en los medios y la presencia en la sociedad, qué modelos de comportamiento ofrecen los medios a la joven mujer.
PERIODISMO, MUJERES EN LA PRENSA, MUJERES Y MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
- 851 GARCIA MAROTO, Eduardo
Aventuras y desventuras del cine español
Barcelona: Plaza y Janés, 1988. -- 242 p.
ISBN 84-01-35162-6 Autobiografía de Eduardo García Maroto, se añade filmografía con fichas técnicas de las películas y un índice onomástico
CINE, ESPAÑA, FILMOGRAFIA, GARCIA MAROTO, EDUARDO
- 852 UTRERA MACIAS, Rafael
Literatura cinematográfica, cinematografía literaria
Sevilla: Alfor, 1987. -- 195 p.
ISBN 84-86256-24-0 Estudio de las influencias e interrelaciones entre cine y literatura, a través del análisis de películas de la serie B en obras literarias. Contiene entrevistas a literatos españoles
LITERATURA, CINE, RELACIONES, SERIE B
- 853 Los AÑOS que conmocionaron al cinema, las rupturas del 68 Valencia: Filmoteca de la Generalitat, 1988. -- 405 p.
ISBN 84-7579-487-4 Recopilación de distintos textos que analizan los hechos de mayo de 1968 y su influencia en el cine. Incluye un índice onomástico, de títulos de películas y filmografía de los directores
CINE, 1968, FILMOGRAFIA
- 854 GIMENO PERELLO, Javier y otros
Operaciones de la cadena documental
Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1988. -- 96 p.
ISBN 84-86984-02-05 Análisis de las diversas operaciones de entrada, mantenimiento y salida que se desarrollan en los centros de documentación
DOCUMENTACION, ANALISIS DOCUMENTAL, INDIZACION, TECNICAS DOCUMENTALES, CENTROS DE DOCUMENTACION
- 855 MARTINEZ Y CARRINAGA, Asunción
Información electrónica: su comercialización
Madrid: FUINCA, 1987. -- 287 p.
ISBN 84-398-9615-8 Ponencias que recogen las experiencias nacionales e internacionales en el campo de la información electrónica: los nuevos editores y las tendencias del marketing de este producto
INFORMACION ELECTRONICA, INDUSTRIA DE LAS TELECOMUNICACIONES, ESPAÑA, BASE DE DATOS
- 856 GARRIDO GARCIA-BUSTAMANTE, Jose Luis
Historias de Telesur
Sevilla: Andaluzas Unidas, 1987. -- 161 p.
ISBN 84-7587-112-7 Historia de la televisión regional de Andalucía
TELEVISION AUTONOMICA, ANDALUCIA
- 857 ABRIL CURTO, Gonzalo
La comunicacion y el diseno: la dimensión humorística de la interacción
Madrid: Universidad Complutense. -- 484 p.
Estudio de las relaciones que se crean entre comunicación e información y el humor, utilizándose éste como medio de la primera
COMUNICACION, DISCURSO, HUMOR
- 858 JORNADAS DE CIENCIAS DE LA INFORMACION (1a. 1986. Pamplona)
Información y derechos humanos. -- Pamplona: Eunsa, 1987. -- 408 p.
Actas de las ponencias y comunicaciones de las Jornadas de Ciencias de la Información que tuvieron lugar en Navarra en noviembre de 1986
DERECHOS HUMANOS, LIBERTAD DE EXPRESION, DERECHO A LA INFORMACION
- 859 ROSZAK, Theodore
El culto a la información, el folclore de los ordenadores y el verdadero arte de pensar
Barcelona: Crítica, 1988. -- 277 p.
ISBN 84-7423-345-3 Estudio del papel desempeñado por los ordenadores en nuestra sociedad, su utilidad y sus desventajas, la disminución de la razón y de la imaginación.
INFORMATICA, ASPECTOS SOCIALES, ORDENADORES, ASPECTOS CULTURALES
- 860 GARCIA DE SOLA MARTINEZ, Juan F.
Estructura de la información
Madrid: McGraw-Hill, 1988. -- 226 p.
ISBN 84-7615-206-X
Estudio de la estructura de los datos y la forma en que éstos son manejados por el ordenador.
INFORMACION, INFORMATICA
- 861 COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
Televisión sin fronteras: libro verde sobre la creación del mercado común de la Radiodifusión, en particular, por satélite y por cable
Madrid: Radiotelevisión Española, 1987. -- 161 p.
ISBN 84-505-7085-9 Documento de preparación y motivación en la toma de medidas legislativas. Análisis de las disposiciones legislativas de los Estados miembros y su armonización y aplicación del Derecho, aplicación de las libertades del Tratado de Roma

TELECOMUNICACION POR SATELITE, COMUNIDADES EUROPEAS, RADIODIFUSION

862 VILADOR I FRESAS, Albert

Nacionalisme i premsa clandestina (1939-1951)

Barcelona: Curial, 1987. -- 208 p.

ISBN 84-7256-286-7 Estudio sobre los partidos y movimientos nacionalistas en Cataluña durante el periodo comprendido entre 1930 a 1951. Analisis exhaustivo de la prensa clandestina de este mismo periodo y su relación con dichos organos politicos.

PRENSA CLANDESTINA, PRENSA NACIONALISTA, PERIODISMO POLITICO, CATALUÑA, 1939-1951.

863 RUIZ DEL ARBOL, Antonio

Prensa local madrileña 1970-1980.

Madrid: Comunidad, Consejería de Cultura y Deportes, 1987. -- 357 p.

ISBN 84-505-5942-1.

Estudio de la prensa local de una decada en Madrid: listado y características. Publicaciones, analisis de contenido.

PRENSA LOCAL, MADRID, 1970-1980.

864 VERON, Eliseo

La semiosis social: fragmentos de una teoria de la discursividad.

Barcelona: Gedisa, 1987. -- 235 p.

ISBN 950-9113-34-4 Recopilación de textos relativos al estudio de los discursos sociales.

SEMIOTICA, LINGUISTICA.

865 MARTIN MARTIN, Fernando

El gabinete de comunicación: periodismo empresarial

Madrid: Asociación Española de Asesores de Comunicación, 1988. -133 p.

ISBN 84-404-2336-5 Manual dirigido al profesional del periodismo. Explica el concepto, objetivos y realización de un gabinete de comunicación empresarial.

EMPRESA, PERIODISMO, GABINETE DE PRENSA, FORMACION

866 SEVILLANO GARCIA, Maria Luisa

PRENSA: su didactica, teoria, experiencias y resultados

Madrid: Universidad Nacional a Distancia, 1988. -- 345 p.

ISBN 84-362-2300-4 Estudio que sienta las bases del entendimiento entre las ciencias: la prensa y la enseñanza.

PRENSA, EDUCACION, TEORIA, EXPERIENCIAS

867 MORAGAS SPA, Miguel de

Local communication in Catalonia : (1975-1988) : media spaces and democratic participation.

Barcelona : Diputació, 1988. -- 41 p.

MEDIOS DE COMUNICACION SOCIALES, CATALUÑA.

868 AGENCIA EFE

Normas básicas para los servicios informáticos.

Madrid : Agencia EFE, 1988. -- 136 p.

ISBN 84-404-3203-8 AGENCIA INFORMATIVA, EFE, ESTILO.

869 SOLANO FLETA, Luis

Tratado de relaciones públicas

Madrid : Universidad Complutense, 1988.

RELACIONES PUBLICAS.

870 ROMERO RUBIO, Andrés.

El periodista y la sociedad.

Madrid : Unión Católica de Periodistas e Informadores de España, 1988. -- 55 p.

Reflexiones del profesor Romero Rubio expuestas en unas jornadas Internacionales celebradas en la Universidad de Navarra su tesis principal era que la calidad de la información está ineludiblemente unida a la calidad humana del periodista.

PERIODISTAS, PERIODISMO, ASPECTOS SOCIALES, ASPECTOS ETICOS.

871 ZUNZUNEGUI, Santos

4 AÑOS de cine español : 1983-86

Madrid : Dicrofilm, 1987. -- 214 p.

Recopilación de acontecimientos, legislación y datos que han provocado grandes cambios en el cine español desde 1983 a 1986.

CINE, ESPAÑA, 1983-86, PELICULAS CINEMATOGRAFICAS, LEGISLACION CINEMATOGRAFICA.

872 MONTERDE, José Enrique

Los "nuevos cines" europeos : 1955- 1970.

Barcelona : Lerna, 1987. -- 378 p.

ISBN 84-86622-12-3 Estudio que recorre el cine europeo desde la postguerra hasta la década de los 70. contiene cronologia, bibliografía e indice alfabético de personas, films e instituciones.

HISTORIA DEL CINE, EUROPA, 1955- 1970, INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA.

873 LAFORET, Juan José.

Orígenes del periodismo canario, 1750- 1850.

Las Palmas : Cabildo Insular de Gran Canaria, 1987. -- 57 p.

ISBN 84-85628-60-8 Historia del periodismo en Canarias en su periodo de formación. Contiene un estudio de los periódicos de la época, así como reproducciones.

ORIGEN, PRENSA, PERIODISMO, PERIODICO, SIGLO XVIII, SIGLO XIX, COMUNIDAD AUTONOMA, CANARIAS, HISTORIA.

874 GALI, Monserrat.

El arte en la era de los medios de comunicación.

Madrid : Fundesco, 1988. -- 115 p.

ISBN 84-86094-36-4 Estudio del arte, sus tradiciones, vanguardias y funciones, sus relaciones con ciencia, técnica y masas en la época de los medios.

ARTE, MASS MEDIA.

875 CURRAS, Emilia.

La información en sus nuevos aspectos.

Madrid : Paraninfo, 1988. -- 307 p.

ISBN 84-283-1600-7 Se tratan diferentes aspectos de las ciencias de la documentación : su evolución histórica, el

tema de la información, las relaciones con la teoría de sistemas y su relación con la filosofía. Desde el punto de vista técnico, aborda aspectos de las nuevas tecnologías relacionadas con la documentación y la jurídica documentaria. Para terminar, un perfil del profesional y del usuario.

DOCUMENTACION, DOCUMENTALISTA, INFORMACION, TEORIA DE SISTEMAS, FILOSOFIA, NUEVAS TECNOLOGIAS, HISTORIA, DERECHO, PROPIEDAD INTELECTUAL, AUTOR, ETICA, DEONTOLOGIA, LEGISLACION.

876 COMINETTI, Mario

TELETEXTO. La telemática en nuestra casa.

Madrid : IORTV, 1988.

Trata aspectos técnicos específicos del sistema de recepción de la señal de teletexto.

TELEMATICA, TELETEXTO, NUEVAS TECNOLOGIAS, TECNICA.

877 NUEVAS tecnologías y formación ocupacional en España.

Madrid : Fundesco, 1988.

Uso y repercusiones de las nuevas tecnologías de la información en la formación para el empleo en España. Estrategias e iniciativas europeas.

NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMACION, EMPLEO, ESPAÑA, EUROPA.

878 ACHARGUI AFRIR, Mohamed.

El desarrollo histórico y estructura de la radio televisión marroquí (1928-1980).

Madrid : Universidad Complutense, 1988. -- 619 p.

Historia del desarrollo de los medios de comunicación en Marruecos desde 1928 hasta 1980, y de los procesos políticos y sociales que influyeron en ese desarrollo.

MEDIOS DE COMUNICACION, MARRUECOS, SIGLO XX.

879 JONES, Daniel E.

La documentació sobre comunicació social : una perspectiva per a situar el "Centre d'Investigació de la Comunicació". Ponencia presentada a las III Jornadas Catalanas de Documentación (21-22 de junio de 1989. Palacio de Congresos de Barcelona).

Panorámica general sobre las actividades documentales sobre comunicación social, entendida como un fenómeno complejo e interdisciplinario, tanto en el contexto internacional como en el del Estado Español y en el de Cataluña. Además de hacer un breve repaso sobre las bibliotecas, hemerotecas y centros de documentación especializados en cualquier faceta de la comunicación social, se justifica la creación de un servicio de documentación en el Centro de Investigación de la Comunicación, de la Generalitat de Cataluña, y se especifica las actividades realizadas desde el año 1987 y las nuevas perspectivas de futuro.

DOCUMENTACION, CENTRO DE DOCUMENTACION, COMUNICACION SOCIAL, BASE DE DATOS BIBLIOGRAFICA, BIBLIOTECA ESPECIALIZADA.

880 BAEZ LOPEZ, Marta.

Salud mental y prensa.

Sevilla : Consejería de Salud. Junta de Andalucía, 1987. -- 94 p.

ISBN 84-505-6518-9 Análisis que profundiza en la visión de la prensa diaria sobre la enfermedad mental, y cuyo objetivo es sentar las bases de una colaboración para mejorar la información de los ciudadanos y eliminar prejuicios.

PRENSA, DIARIO, COMUNIDAD AUTONOMA, ANDALUCIA, SALUD MENTAL.

881 VILCHES, Lorenzo.

Manipulación de la información en televisión.

Barcelona : Paidós, 1988.

Estudio del funcionamiento de la imagen en la construcción del espacio, del tiempo y de los actores de la información diaria en televisión con el fin de anticipar la transformación del modelo de información televisiva tradicional por la incidencia de las nuevas tecnologías.

MANIPULACION, INFORMACION, TELEVISION, IMAGEN, NUEVAS TECNOLOGIAS.

882 SOHN, Ardfth.

La dirección de la empres periodística.

Barcelona : Paidós, 1988. . -- 210 p.

teoría práctica de la gestión de una empresa periodística: recursos humanos, presupuestos, planificación, investigación del mercado, promoción y utilización de la tecnología.

EMPRESA PERIODISTICA, GESTION, TEORIA.

883 RODRIGO- ALSINA, Miquel.

La construcción de la noticia.

Barcelona : Paidós, 1988.

Análisis del proceso de construcción de la noticia por parte de los medios de comunicación de masas: su producción y la ideología subyacente a la misma, su circulación y su consumo.

NOTICIA, MASS MEDIA, OBJETIVIDAD, CONSUMO, PRODUCCION, INFORMACION.

884 PARDO- ZANCADA, Ricardo.

Las Fuerzas Armadas y su derecho a la información.

Madrid : Fragua, 1988. -- 706 p.

Análisis sobre el derecho a opinar de las Fuerzas Armadas en un régimen de libertades.

EJERCITO, DERECHO, INFORMACION, CONSTITUCION.

885 BARROSO GARCIA, Jaime.

Introducción a la realización televisiva.

Madrid : IORTV, 1988.

Aborda los aspectos de la realización de programas, deteniéndose en los criterios estéticos y el análisis, desglose y planificación de los guiones.

REALIZACION, TELEVISION, GUION.

886 VALLE GASTAMINZA, Félix del

Introducción a la documentación

Madrid : IORTV, 1988. -- 20 p. -- (Unidad didáctica)

ISBN 84-86984-01-7 Breves apuntes donde se revisa el concepto de documentación, la cadena de operaciones documentales, la documentación informativa y la utilización de la informática en la documentación.

DOCUMENTACION, CENTRO DE DOCUMENTACION, MEDIO INFORMATIVO, INFORMATICA

887 MORENO BETETA, María Jesús

Prensa, radio y cine en Ciudad Real durante la II República. Ciudad Real : Diputación Provincial, 1987. -- 117 p.

ISBN 84-505-6300-3 Estudio de los medios de comunicación en Ciudad Real durante la II República por su valor como fuente histórica. Contiene un apéndice con reproducciones de fotografías y dibujos de la prensa de esta provincia.

PRENSA, RADIO, CINE, MEDIO INFORMATIVO, HISTORIA, CIUDAD REAL

888 SAUNDERS, Roberts J.

Las telecomunicaciones y el desarrollo económico.

Madrid : Tecnos, 1987. -- 396 p.

ISBN 84-309-1421-8 Desarrolla los problemas económicos del sector de las telecomunicaciones, los beneficios que puede generar la inversión en este campo, las políticas de inversión, y las dificultades de organización y gestión.

TELECOMUNICACIONES, ECONOMIA, INVERSION, BENEFICIO, GESTION.

889 COSTA I FERNANDEZ, Lluís

Historia de la prensa a la ciutat de Girona (1787- 1939).

Gerona : Institut d'Estudis Gironius, 1987. -- 261 p.

ISBN 84-00-06414-X

El libro está estructurado en dos partes. La primera aborda la evolución histórica de la prensa en Gerona: el sexenio revolucionario de 1868- 1874, la Restauración, el cambio de siglo, la dictadura de Primo de Rivera y la Segunda República. La segunda parte analiza individualmente las publicaciones de estos periodos.

HISTORIA, PRENSA, PERIODISMO, GERONA, COMUNIDAD CATALUÑA, SEXENIO REVOLUCIONARIO, RESTAURACION, SIGLO XIX, SIGLO XX, PRIMO DE RIVERA, II REPUBLICA, PERIODICO.

890 MARTINEZ- ABADIA, José

Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio.

Barcelona : Paidós, 1988. -- 238 p.

ISBN 84-7509-480-5 Introducción a la técnica del video, la radio y la televisión.

TECNICA, TELEVISION, VIDEO, RADIO.

891 GARCIA DE DIEGO MARTINEZ

Prensa y tecnología.

Madrid : Alhambra, 1988. -- 166 p.

ISBN 84-205-1691-0 Proceso evolutivo de la información, centrándose en el estado actual de la innovación tecnológica en la empresa periodística española.

NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMACION, PRENSA, ESPAÑA, EMPRESA.

892 BERTIN, Jacques

La gráfica y el tratamiento gráfico de la información.

Madrid : Taurus, 1987. -- 312 p. + 8 il.

ISBN 84-306-6005-4 El autor desarrolla una semiología gráfica universal. Aborda la gráfica de tratamiento, útil de trabajo para sociólogos, antropólogos, economistas, historiadores ..., exponiendo los pasos necesarios para construir un diagrama red o mapa. En segundo lugar, trata la gráfica de comunicación, aporta las claves para corregir los errores habituales de las imágenes que se publican en medios impresos o se ven en televisión.

SEMIOLOGIA, GRAFICA, COMUNICACION, PUBLICACION, TELEVISION, INFORMACION.

893 ALVAREZ, J. T. y otros.

Prensa obrera en Madrid 1855- 1936.

Madrid : Comunidad de Madrid, Consejería de Cultura, 1987. -- 762 p.

ISBN 84-86635-05-5 Recoge los trabajos de los III Coloquios de Historia Madrileña sobre la prensa obrera desde la Restauración hasta la Guerra Civil española, y trata su utilidad como fuente histórica.

SEMINARIO, PRENSA, PRENSA OBRERA, MOVIMIENTO OBRERO, RESTAURACION, I REPUBLICA, II REPUBLICA, GUERRA CIVIL, ESPAÑA, HISTORIA, PERIODISMO.

894 ABRIL, Gonzalo

Presunciones.

Salamanca : Junta de Castilla y León, consejería de Cultura y Bienestar Social, 1988. -- 160 p.

ISBN 84-505-7182-0 Recopilación de artículos y ensayos sobre el sentido de la comunicación en nuestra cultura. Los capítulos 5- 9 tratan diversos aspectos de la comunicación de masas: la libertad de expresión; crítica de los géneros periodísticos; medios audiovisuales y la trivialidad de los mass media.

COMUNICACION, MASS MEDIA, LIBERTAD DE EXPRESION, PERIODISMO, GENERO, MEDIO AUDIOVISUAL, CULTURA.

895 REARDON, Kathleen K.

La persuasión en la comunicación. teoría y contexto.

Barcelona : Paidós, 1988. -- 296 p.

Muestra el estado actual de las investigaciones sobre persuasión. Analiza su dinámica en las relaciones personales, en los medios de comunicación, en publicidad y propaganda. Explica las diferentes teorías sobre los procesos persuasivos, centrándose en el modelo de las normas. Incluye un artículo de G. T. Fairhurst dedicado a los métodos empíricos que emplean los investigadores de la persuasión. FAIRHUST, G. T. , PERSUASION, INVESTIGACION, MASS MEDIA, PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MODELO, COMUNICACION.

896 MCQUAIL, Denis

Introducción a la teoría de la comunicación de masas.

Barcelona : Paidós, 1988. -- 320 p.

Objeto de la comunicación de masas para las principales corrientes teóricas modernas. Orígenes, historia y

definiciones de los medios de comunicación modernos.
 MASS MEDIA, TEORIA, HISTORIA.

897 MOSCO, Vincent.

Fantasías electrónicas. Crítica de las tecnologías de la información.

Barcelona : Paidós, 1988. -- 256 p.

Revisión crítica a las alabanzas de las tecnologías de la comunicación y la información que se vienen produciendo desde los primeros setenta. Presta particular atención al videotexto.

NUEVAS TECNOLOGIAS, INFORMACION, VIDEOTEXTO.

898 COSTA, Pere Oriol

La crisis de la televisión pública.

Barcelona : Paidós, 1988 ? -- 384 p.

Después de apuntar el origen y desarrollo de la televisión en Europa se estudian los elementos que ponen en crisis el modelo de televisión pública y la incidencia de las nuevas tecnologías, así como la respuesta europea al monopolio y a la privatización.

EUROPA, NUEVAS TECNOLOIAS, TELEVISION PUBLICA, TELEVISION PRIVADA.

899 El hombre y la comunicación.

Bilbao : Universidad de Deusto

En: Letras de Deusto. -- Vol. 17 (mayo- agosto 1987), n. 38 ; 201 p.

N. extraordinario.

Comprende ocho trabajos sobre filosofía y arte; la teoría de la acción comunicativa según Habermas; autonomía y alteridad; pedagogía y fiestas escolares; latinismos en textos griegos; comunicación en el adolescente inadaptado, y comunicación interpersonal.

FILOSOFIA, FILOLOGIA, COMUNICACION, EDUCACION, ARTE, HABERMAS.

900 DE FLEUR, Melvin, BALL ROKEACH, Sandra.

Teorías de la comunicación de masas.

Barcelona : Paidós, 1988. -- 352 p.

Introducción actualizada al estudio de los medios de comunicación en su contexto socio- político, desde su origen hasta el presente. Análisis de la comunicación a través de sus diferentes paradigmas teóricos (funcionalista, conductista). Problemática de la comunicación.

TEORIA, MASS MEDIA, PROBLEMATICA, COMUNICACION, EVOLUCION, SOCIEDAD, POLITICA.

A

ABC: 187, 468, 811.
 ACCESO: 121, 361, 474.
 ACTITUD: 436, 498, 578.
 ACTOR: 881.
 ACTRIZ: 834.
 ACTUALIDAD: 191, 459, 466, 633.
 ACUERDO: 186, 681, 720.
 ACUSTICA: 681, 682.
 ADAPTACION: 545.
 ADECUADAS: 211.
 ADMINISTRACION: 120, 181, 190, 215, 338, 339, 383, 492, 625, 671, 785.
 ADO: 686.
 ADQUISICION: 759.
 ADULTO: 76, 234, 613, 807.
 AEA: 407, 694.
 AEDE: 572, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 765, 776, 777, 795, 811.
 ADEMO: 209, 286, 353, 428, 623.
 AEIRI: 437.
 AEPE: 405, 692.
 AFRICA: 590.
 AGENCIA: 122, 161, 176, 189, 205, 215, 239, 296, 372, 380, 405, 407, 415, 446, 487, 513, 584, 596, 600, 655, 670, 672, 692, 695, 698, 699, 707, 710, 713, 722, 730, 739, 745, 798, 868.
 AGENDA: 393, 505.
 AGEPM: 409.
 AGITACION: 657.
 AGRESION: 526.
 AHORRO: 509.
 AIC: 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 758, 759.
 AIERI: 345, 346, 347, 348, 349, 390, 392, 393, 394, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 436, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 453, 454, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 780, 781, 782, 783, 784.
 AJOBLANCO: 14.
 AJUSTE: 707, 786.
 ALCALDE: 682.
 ALEMANIA: 91, 273, 516, 595, 641, 729, 887.
 ALICANTE: 692.
 ALIMENTACION: 598, 741.
 ALQUILER: 232.
 ALUMNO: 293, 317, 318, 360, 714.
 AMARILLISMO: 257, 800.
 AMBIENTE: 332, 519, 681.
 AMENAZA: 802.
 AMISTAD: 547.
 AMOR: 696.
 AMPARO: 72, 107, 516, 834.
 AMPLIACION: 137, 285, 684.
 AMPURDAN: 45.
 ANALISIS: 1, 27, 38, 47, 48, 51, 56, 59, 67, 80, 97, 105, 119, 129, 164, 167, 168, 170, 178, 191, 214, 231, 233, 234, 240, 243, 244, 247, 256, 261, 283, 300, 308, 312, 314, 315, 316, 321, 323, 327, 335, 361, 385, 410, 416, 427, 432, 433, 434, 437, 464, 476, 495, 507, 510, 513, 515, 519, 527, 539, 555, 558, 559, 562, 596, 616, 627, 629, 630, 633, 650, 653, 657, 658, 659, 660, 661, 664, 667, 670, 679, 681, 687, 704, 711, 714, 718, 743, 758, 763, 777, 778, 779, 788, 789, 791, 792, 793, 794, 796, 797, 800, 802, 803, 804, 807, 808, 811, 813, 823, 840, 852, 854, 861, 863, 880, 883, 884, 885, 886.
 ANARQUISMO: 165.
 ANC: 312.
 ANDALUCIA: 150, 755, 856, 880.
 ANDALUZ
 ANECDOTAS: 602, 817.
 ANIMACION: 130, 134.
 ANIMATICA: 145.
 ANPATEC: 483.

- ANSAH: 397.
 ANTENA: 315, 416, 417, 487, 552, 553, 799.
 ANTICIPACION: 657.
 ANTIDROGA: 307.
 ANTIGÜEDAD: 144.
 ANTITERRORISMO: 632.
 ANTROPOLOGIA: 756, 344.
 ANUARIO: 119, 216.
 ANUNCIANTE: 159, 176, 178, 203, 205, 209, 239, 274, 296, 314, 372, 407, 429, 476, 568, 693, 694, 707, 710, 722.
 ANUNCIO: 237, 311, 553, 743, 775, 811.
 ANUNCIOS: 177, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 374, 405, 426, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 650, 655, 683, 741, 777, 788, 811.
 APELACION: 791.
 APERTURA: 142, 159.
 APLICACION: 208, 338, 386, 409, 453, 477, 487, 498, 629, 653, 676, 681, 708, 838, 861.
 APOLOGO: 758.
 APOSTROPHES: 158, 180.
 APROBACION: 175, 219, 703.
 APROPIACION: 781.
 ARABES: 577, 780.
 ARAGON: 659.
 ARBITRIO: 760.
 ARCHIVO: 169, 432, 434, 474.
 ARGELIA: 781.
 ARGENTINA: 231, 271, 540.
 ARGUMENTO: 430.
 ARIZONA: 773.
 ARMA: 350, 696.
 ARQUITECTO: 310.
 ARQUITECTURA: 670.
 ARTE: 143, 287, 332, 360, 369, 435, 455, 482, 674, 675, 704, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 775, 801, 833, 859, 874, 899.
 ARTESANO: 664.
 ARTISTAS: 143, 184, 606, 622, 659, 773, 832, 833.
 AS: 389, 696.
 ASAMBLFA: 693, 694.
 ASESOR: 626.
 ASIA: 402.
 ASIGNATURA: 248, 425, 838.
 ASOCIACION: 123, 219, 362, 404, 405, 407, 409, 422, 428, 478, 528, 686, 692, 694, 696, 730, 753, 775.
 ASTURIAS: 430.
 ATENTADO: 21.
 ATLANTA: 483.
 ATLANTICO: 676.
 AUDIENCIA: 33, 34, 185, 187, 193, 204, 206, 209, 217, 220, 224, 231, 233, 234, 235, 236, 238, 239, 240, 259, 265, 272, 286, 289, 302, 303, 304, 309, 315, 316, 320, 337, 342, 347, 348, 353, 368, 375, 401, 406, 428, 476, 479, 623, 656, 684, 700, 716, 719, 745, 790, 797, 800, 802.
 AUDIMETRO: 623.
 AUDIO: 622.
 AUDIOVISION: 225.
 AUDIOVISUAL: 123, 135, 138, 142, 153, 157, 226, 230, 262, 265, 266, 337, 358, 415, 507, 532, 561, 562, 566, 617, 619, 621, 635, 679, 714, 764, 806, 816.
 AUPC: 696.
 AUSTRALIA: 691.
 AUSTRIA: 516.
 AUTOBIOGRAFIA: 851.
 AUTOCONTROL: 694.
 AUTODISCIPLINA: 707.
 AUTOEDICION: 463.
 AUTOGESTION: 18, 483.
 AUTOMATIZACION: 357, 413.
 AUTOMOVIL: 529, 598, 701, 791, 846.
 AUTONOMIA: 44, 137, 150, 166, 167, 182, 373, 487, 588, 668, 757, 784, 797, 804, 805, 856, 873, 880.
 AUTOR: 50, 127, 174, 232, 237, 252, 296, 314, 326, 332, 355, 419, 461, 473, 493, 516, 542, 553, 610, 664, 786, 875.
 AUTORREGULACION: 186, 558.
 AVION: 264.
 AYUNTAMIENTO: 74, 77.
- B
- BALANCE: 125, 184, 215, 216, 217, 218, 517, 719.
 BALEARES: 753.
 BANCO: 312, 382, 698.
 BARCELONA: 16, 18, 30, 38, 48, 61, 65, 75, 115, 148, 166, 167, 225, 299, 345, 346, 347, 348, 349, 390, 392, 393, 394, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 415, 436, 437, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 453, 454, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 597, 602, 617, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 686, 698, 757, 879.
 BAREMOS: 751.
 BARRIO: 65.
 BBC: 228, 231.
 BELGICA: 233, 462, 632, 729.
 BERLIN: 607.
 BIBLIOGRAFIA: 5, 85, 244, 425, 433, 460, 472, 559, 626, 705, 768, 820, 837, 841, 872.
 BIBLIOTECA: 22, 249, 378, 433, 879.
 BIBLIOTECONOMIA: 452.
 BIG-BANG: 286.
 BILBAO: 312, 425.
 BIOFILMOGRAFIA: 836.
 BIOGRAFIA: 115, 297, 298, 323, 597, 663, 664, 665, 699, 739, 770, 835.
 BIOGRAFIAS
 BOE: 516.
 BRASIL: 201, 390, 585, 645.
 BRUSELAS: 372.
 BURGUESIA: 109, 824.
 BUSQUEDA: 245, 247, 465, 521.
- C
- CABLE: 140, 227, 431, 619, 621, 637, 722, 762, 813, 861.
 CALIDAD: 222, 250, 293, 483, 485, 512, 524, 601, 658, 804, 870.
 CAMBIO: 69, 159, 173, 176, 212, 239, 251, 268, 300, 349, 364, 389, 472, 477, 657, 670, 749, 753, 764, 812.
 CAMPAÑA: 47, 159, 160, 161, 175, 176, 177, 178, 179, 215, 225, 279, 285, 286, 287, 295, 296, 307, 372, 374, 375, 376, 377, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 427, 428, 429, 617, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 683, 684, 685, 686, 687.

- 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 740, 746, 779, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807.
- CANALES: 137, 138, 142, 150, 285, 328, 715, 797.
- CANARIAS: 873.
- CANDIDATOS: 695, 723.
- CANNES: 382, 609, 627, 688, 689, 695.
- CAPITAL: 254, 264, 285, 286, 486, 581.
- CAPITALISMO: 344, 449, 506.
- CAPTACION: 311, 465, 466, 483, 765, 794.
- CARGOS: 364.
- CARICATURAS: 819.
- CARTEL: 13, 39, 56, 67, 121, 150, 164, 405, 741, 879.
- CATALOGO: 739, 612, 382.
- CATALUÑA: 2, 22, 28, 37, 39, 45, 46, 47, 55, 67, 68, 106, 112, 121, 164, 165, 168, 282, 399, 400, 433, 612, 753, 862, 867, 879.
- CATOLICISMO: 442.
- CBS: 228.
- CDS: 190.
- CECISA: 154.
- CEE: 226, 247, 295, 386, 388, 413, 593, 646, 712, 750, 828.
- CENSURA: 35, 41, 57, 544.
- CENTRALISMO: 253.
- CERTAMEN: 141, 607, 609, 616, 660.
- CEU: 318.
- CHECOSLOVAQUIA: 443, 444, 445, 446, 447.
- CHILE: 546, 601, 761.
- CHINA: 289, 349.
- CHIPS: 789.
- CIBERNETICA: 497.
- CICM: 203, 220.
- CIDE: 174.
- CIENCIA: 151, 166, 170, 171, 172, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 360, 378, 415, 430, 459, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 472, 545, 570, 705, 734, 742, 768, 815, 821, 838, 858, 866, 874, 875.
- CINE: 31, 40, 55, 57, 62, 85, 91, 94, 114, 141, 148, 155, 157, 162, 183, 207, 272, 282, 297, 298, 302, 311, 318, 323, 324, 352, 418, 424, 425, 433, 520, 538, 602, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 613, 614, 615, 616, 622, 627, 628, 652, 654, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 678, 679, 688, 689, 695, 698, 722, 739, 748, 798, 807, 817, 832, 834, 836, 841, 848, 851, 852, 853, 871, 872, 887.
- CINEASTA: 55, 148, 298, 323, 604, 610, 611, 615, 616, 853.
- CIRCULACION: 202, 491, 758, 883.
- CIRES: 95.
- CIUDAD: 379, 226, 127, 670, 607, 634, 669, 670, 691, 880, 425, 548, 38, 94, 256, 528, 548, 843.
- CLANDESTINIDAD: 112, 270, 862.
- CNCL: 635.
- CNRS: 118, 120, 211, 212, 213, 214, 395.
- COBERTURA: 100, 175, 240, 529, 575.
- COCA-COLA: 382.
- CODIFICACION: 237, 241.
- CODIGO: 237, 241, 653, 701.
- COGNITIVO: 599.
- COI: 230.
- COLABORACION: 481, 673, 754, 880.
- COLECCIONISMO: 455.
- COLEGIO: 626.
- COLOMBIA: 104.
- COLONIALISMO: 453.
- COLOQUIO: 379, 381.
- COLOR: 300, 369, 477, 650, 796, 849.
- COLUMNA: 819.
- COMARCA: 45, 67, 753.
- COMERCIAL: 139, 291, 350, 373, 380, 478, 562, 668, 693, 694, 806.
- COMIC: 50, 823.
- COMNET: 391.
- COMPETENCIA: 238, 331, 350, 368, 510, 553, 596, 752.
- COMPETENCIAS: 339, 596.
- COMPLUTENSE: 317, 523, 776, 843.
- COMPORTEAMIENTO: 236, 334, 347, 385, 417, 436, 496, 850.
- COMPRA: 223, 410, 701.
- COMPRA-VENTA: 777.
- COMPUTADORA: 474, 484.
- COMUNICACION: 9, 10, 19, 20, 23, 27, 36, 41, 43, 49, 54, 55, 64, 66, 68, 69, 70, 72, 73, 92, 95, 96, 98, 99, 106, 114, 117, 118, 120, 122, 123, 140, 154, 161, 173, 210, 211, 214, 225, 226, 227, 230, 237, 241, 242, 243, 245, 249, 252, 255, 257, 258, 259, 260, 262, 263, 265, 266, 272, 274, 276, 278, 280, 287, 291, 299, 300, 301, 305, 311, 318, 326, 331, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 349, 350, 358, 359, 368, 372, 391, 394, 397, 398, 399, 403, 404, 406, 422, 431, 437, 441, 442, 451, 453, 454, 463, 469, 470, 476, 487, 488, 490, 492, 495, 497, 498, 499, 503, 504, 507, 508, 509, 510, 514, 515, 517, 518, 523, 532, 536, 537, 538, 545, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 562, 563, 564, 565, 573, 576, 577, 579, 580, 582, 583, 586, 587, 590, 591, 592, 596, 600, 631, 632, 633, 635, 636, 645, 546, 647, 649, 653, 672, 673, 676, 677, 681, 682, 685, 691, 705, 709, 714, 721, 723, 724, 725, 726, 728, 731, 732, 733, 743, 754, 756, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 766, 775, 780, 784, 787, 789, 794, 806, 811, 812, 828, 830, 842, 844, 850, 857, 858, 865, 867, 874, 878, 879, 883, 886, 887, 888, 892, 894, 895, 899, 900.
- COMUNICADOR: 242, 630.
- COMUNIDAD: 44, 135, 153, 179, 233, 327, 370, 388, 427, 487, 491, 617, 668, 679, 753, 755, 757, 760, 861, 873, 880.
- COMUNISMO: 54, 349, 447.
- CONCEPTO: 64, 98, 452, 490, 521, 597, 599, 797, 815, 865.
- CONCEPTOS: 374, 421, 476, 488, 842, 845.
- CONDUCTA: 410, 721, 845.
- CONEXION: 461.
- CONFERENCIA: 372, 377, 386, 411, 415, 478, 534, 571, 619, 632, 694, 803.
- CONFLICTOS: 268, 403, 473.
- CONGRESO: 160, 266, 269, 345, 346, 347, 348, 349, 354, 362, 381, 390, 392, 393, 394, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 414, 427, 430, 436, 437, 439, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 453, 454, 500, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 562, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 621, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 691, 692, 702, 780, 781, 782, 783, 784, 806, 879.
- CONOCIMIENTO: 117, 199, 247, 252, 258, 360, 368, 597, 599, 821.
- CONSTITUCION: 419, 487, 516, 636, 668, 884.
- CONSTRUCCION: 36, 117, 669, 670, 881, 883.
- CONSUMIDOR: 295, 334, 339, 343, 344, 362, 385, 410, 414, 494, 518, 668, 707, 334, 340, 341, 362, 414, 532, 568, 765.
- CONSUMISMO: 344.
- CONSUMISTA: 775.
- CONSUMO: 111, 142, 326, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339.

- 340, 341, 342, 343, 344, 384, 410, 414, 478, 531, 593, 767, 775, 883.
- CONTENIDO: 38, 105, 237, 246, 272, 284, 347, 348, 420, 516, 527, 601, 618, 630, 771, 812, 823, 863.
- CONTRACULTURA: 14.
- CONTROL: 41, 116, 211, 221, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 273, 299, 321, 517, 518, 643, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 666, 701, 707, 730, 766, 767, 774, 791.
- CONVENIO: 164, 265.
- CONVERGENCIA: 212.
- COOPERACION: 750, 804, 805.
- COPRODUCCION: 227, 805.
- COPYS: 374.
- CORREO: 13, 264, 696.
- CORRESPONSAL: 417, 578.
- CORUÑA: 544.
- COSTE: 242.
- COSTUMBRE: 392.
- CRACK: 717.
- CREACION: 149, 237, 247, 265, 312, 354, 404, 418, 461, 467, 483, 533, 596, 626, 686, 707, 738, 756, 794, 801, 813, 861, 879.
- CREATIVIDAD: 176, 239, 241, 287, 513, 651, 669, 691, 704, 789, 807.
- CREATIVO: 239, 241, 307, 435, 692, 713, 770.
- CRECIMIENTO: 188, 211, 274, 285, 286, 338, 351, 363, 584, 600, 655, 712.
- CREDITO: 167, 418.
- CREDITOS: 280.
- CRISIS: 18, 29, 82, 166, 363, 567, 639, 646, 658, 678, 725.
- CRITICA: 49, 66, 92, 118, 127, 250, 297, 547, 569, 602, 604, 609, 610, 614, 759, 785, 813, 819.
- CROMATICA: 849.
- CRONICA: 148, 602, 609, 622, 660, 661.
- CRONOLOGIA: 521, 706, 771, 775, 872.
- CROSS-IMPACT: 629.
- CSI: 221.
- CSIC: 681.
- CTK: 446.
- CUBA: 586.
- CUENCA: 352, 425, 677.
- CUENTA: 216, 237, 248, 253, 254, 255, 257, 258, 259, 260, 261, 263, 264, 265, 330, 363.
- CULTURA: 35, 49, 53, 56, 86, 107, 118, 143, 158, 180, 227, 247, 252, 265, 267, 299, 311, 318, 342, 344, 345, 355, 358, 382, 386, 397, 398, 399, 401, 402, 403, 439, 440, 444, 446, 451, 453, 454, 491, 504, 505, 506, 507, 521, 523, 545, 552, 554, 576, 587, 589, 672, 681, 732, 754, 756, 773, 780, 781, 782, 783, 784, 829, 859, 894.
- CURSOS: 523.
- D
- DAGUERROTIP: 771.
- DALLAS: 781, 826.
- DECODIFICAR: 241.
- DECORACION: 323, 519.
- DELPHI: 629.
- DEMANDA: 128, 250, 334, 593.
- DEMOCRACIA: 3, 102, 257, 259, 260, 261, 263, 399, 515, 554, 752, 760.
- DEONTOLOGIA: 725, 875.
- DEPARTAMENTO: 154, 155, 196, 197, 203, 296, 472.
- DEPORTE: 309, 389, 458, 526, 672, 686, 704, 747, 805, 846.
- DERECHO: 3, 210, 255, 256, 370, 419, 420, 516, 522, 858, 861, 875, 884, 232, 255, 261, 265, 314, 325, 362, 370, 420, 421, 727, 858.
- DESARROLLO: 1, 73, 135, 138, 140, 159, 263, 269, 281, 283, 285, 349, 363, 370, 397, 419, 430, 453, 536, 537, 550, 567, 579, 591, 623, 630, 646, 649, 698, 715, 728, 742, 744, 750, 753, 761, 807, 878, 888.
- DESASTRES: 529.
- DESCRIPCION: 227, 230, 236, 255, 602, 768.
- DETERIORO: 264, 427.
- DIAGNOSTICO: 547.
- DIALECTICA: 369.
- DIALOGO: 252, 770, 710.
- DIARIO: 18, 24, 44, 48, 287, 292, 306, 320, 387, 468, 475, 476, 477, 479, 480, 483, 521, 543, 708, 709, 811, 880, 51, 89, 177, 204, 208, 216, 217, 236, 271, 288, 304, 308, 315, 316, 374, 389, 428, 468, 479, 480, 483, 572, 639, 654, 658, 709, 712, 752, 757, 765, 795, 802.
- DICCIONARIO: 830, 847.
- DICTADURA: 46.
- DIDACTICA: 20, 480, 569, 603, 866.
- DIFUSION: 44, 138, 185, 187, 191, 192, 193, 198, 202, 204, 205, 206, 216, 217, 218, 221, 225, 234, 235, 236, 263, 272, 280, 284, 286, 288, 290, 306, 315, 316, 320, 321, 342, 353, 354, 361, 389, 524, 639, 666, 684, 751, 757, 765, 773, 821.
- DIGITAL: 222, 435, 676.
- DILEMAS: 397.
- DINAMARCA: 271, 729.
- DINAMICA: 337.
- DINASTIA: 826.
- DINERO: 429, 710, 713.
- DIPLOMACIA: 573.
- DIRECCION: 159, 372, 544, 698, 882.
- DIRECTOR: 125, 155, 162, 174, 180, 197, 200, 210, 284, 298, 379, 380, 423, 534, 543, 605, 606, 662, 663, 664, 665, 694, 787, 794, 836.
- DIRECTORIO: 123.
- DIRIGISMO: 41.
- DISCIPLINA: 815.
- DISCO: 147.
- DISCOGRAFIA: 282.
- DISCURSO: 9, 80, 89, 97, 105, 110, 758, 787, 823, 857.
- DISCUSION: 79, 407, 749.
- DISEÑADOR: 310.
- DISEÑO: 8, 124, 184, 310, 367, 376, 456, 541, 670, 673, 685, 709, 735, 737, 801, 849.
- DISTRIBUCION: 123, 205, 284, 353, 525, 598, 649, 757.
- DISTRIBUIDOR: 123, 710.
- DIVULGACION: 821.
- DOBLAJE: 418.
- DOCENCIA: 472.
- DOCTOR: 597.
- DOCUMENTACION: 6, 47, 48, 106, 169, 170, 171, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 262, 391, 394, 433, 452, 821, 828, 854, 875, 879.
- DOCUMENTAL: 11, 47, 48, 246, 432, 821, 854.
- DOCUMENTALISTA: 875.
- DOCUMENTO: 177, 226, 246, 407, 434, 861.
- DOMINICAL: 196, 236, 316, 375.
- DONOSTIA: 807.
- DRAMATICO: 11.
- DROGA: 307, 724.

E

- ECONOMIA: 28, 73, 159, 258, 264, 286, 296, 306, 341, 363, 387, 402, 409, 412, 470, 485, 556, 562, 564, 683, 690, 717, 767, 772, 811, 888.
- ECOTEL: 303.
- ECUADOR: 732.
- EDICION: 8, 141, 148, 152, 171, 223, 282, 290, 400, 483, 484, 511, 540, 607, 609, 616, 695, 698, 733, 843.
- EDITOR: 222, 284.
- EDITORIAL: 33, 199, 249, 428, 468, 511, 603, 735, 737, 819.
- EDUCACION: 5, 20, 34, 76, 87, 96, 125, 126, 127, 173, 174, 360, 365, 378, 415, 433, 450, 451, 480, 496, 545, 603, 714, 778, 809, 812, 838, 866, 886, 899.
- EDUSA: 196.
- EE.UU.: (véase también USA) 189, 228, 327, 356, 474, 525, 596, 688, 773, 813, 887.
- EFE: 487, 584, 868.
- EFFECTIVIDAD: 225, 509, 775.
- EFEECTO
- EFICACIA: 242, 296, 330, 623.
- EGB: 96.
- EGIPTO: 346, 507, 642.
- EGM: 185, 187, 204, 206, 217, 235, 315, 316, 320, 406, 623.
- ELECCIONES: 61, 75, 100, 101, 189, 279, 347, 462, 723, 761.
- EL PAIS: 120.
- EMBAJADA: 267.
- EMBARGO: 261, 263, 264, 406, 473, 773.
- EMIRATOS: 780.
- EMISION: 406, 525, 618, 788.*
- EMISOR: 241, 337, 497, 788, 842.
- EMISORA: 416, 643, 220, 330, 336, 487, 600, 643, 760, 877.
- EMPRESA: 1, 44, 120, 137, 149, 154, 161, 172, 178, 179, 199, 225, 227, 229, 263, 273, 278, 282, 283, 295, 296, 299, 300, 301, 305, 308, 314, 329, 350, 356, 358, 379, 382, 387, 404, 407, 409, 411, 455, 463, 486, 491, 492, 494, 509, 512, 517, 533, 554, 556, 560, 562, 572, 597, 672, 673, 680, 686, 690, 692, 713, 730, 752, 753, 754, 759, 774, 794, 795, 798, 803, 865, 882, 891.
- ENCICLOPEDIA: 278, 731.
- ENCUESTA: 1, 166, 210, 283, 318, 476, 655.
- ENDESA: 382.
- ENERGIA: 486, 671, 673.
- ENFERMEDAD: 530, 880.
- ENSEÑANZA: 360, 433, 569, 603, 714, 776, 838, 866.
- ENTREVISTA: 83, 110, 125, 174, 196, 238, 324, 605, 608, 674, 699, 770, 773, 794, 835, 852, 866.
- EPISTEMIOLOGIA: 36, 466.
- EPOCA: 186, 482, 492, 873, 874.
- EQUILIBRIO: 260.
- EQUIPAMIENTO: 28, 378, 760, 806.
- EQUIPO: 318, 330, 569.
- EROSKI: 335.
- ESCANDINAVIA: 439.
- ESCASEZ: 558.
- ESCENA: 435.
- ESCENARIO: 435, 745.
- ESCRITOR: 355.
- ESCRITURA: 355.
- ESCUELA: 20, 87, 125, 127, 251, 480, 493, 569, 603.
- ESENCIA: 459.
- ESFERA: 227.
- ESLOGAN: 287, 374, 405, 779.
- ESLOVAQUIA: 440.
- ESPACIO: 32, 226, 243, 247, 260, 265, 617, 669, 682, 742, 881.
- ESPAÑA: 1, 13, 21, 35, 41, 44, 69, 77, 84, 85, 89, 94, 102, 109, 112, 118, 119, 120, 122, 123, 125, 128, 137, 140, 141, 145, 148, 149, 150, 155, 156, 160, 166, 171, 175, 181, 182, 187, 197, 201, 203, 215, 216, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 238, 248, 249, 253, 254, 257, 261, 283, 284, 286, 294, 296, 302, 303, 304, 307, 319, 320, 322, 325, 326, 328, 329, 330, 335, 340, 359, 360, 361, 370, 371, 373, 374, 378, 382, 383, 384, 389, 394, 395, 406, 407, 408, 413, 414, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 458, 462, 468, 469, 470, 471, 511, 513, 515, 516, 524, 525, 527, 544, 549, 550, 554, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 566, 567, 568, 570, 571, 588, 598, 618, 624, 625, 626, 628, 648, 654, 655, 659, 678, 680, 681, 702, 703, 705, 706, 707, 709, 712, 713, 720, 722, 730, 733, 735, 738, 751, 752, 753, 757, 758, 759, 760, 762, 763, 764, 773, 776, 785, 786, 787, 791, 792, 793, 796, 797, 799, 800, 804, 805, 808, 811, 814, 817, 818, 820, 824, 825, 831, 834, 835, 836, 840, 841, 843, 844, 851, 855, 871, 877, 893, 891.
- ESPECTACULO: 9, 158, 259, 311, 435, 526.
- ESPECTADOR: 259, 292.
- ESPERANZAS: 281.
- ESPERENTO: 835.
- ESPONSOR: 377, 380, 381, 382, 686, 747.
- ESTADISTICA: 229, 394, 436, 513, 598, 712, 713, 751, 757, 800.
- ESTADO: 103, 118, 120, 228, 251, 253, 263, 270, 291, 310, 328, 368, 400, 470, 492, 543, 554, 559, 560, 573, 585, 658, 668, 671, 682, 758, 759, 760, 763, 764, 813, 879.
- ESTATUTO: 261, 373, 466, 707.
- ESTEREOTIPO: 345.
- ESTETICA: 32, 92, 258, 670, 713, 849.
- ESTILO: 469, 604, 610, 657, 664, 772, 822, 868.
- ESTRASBURGO: 720.
- ESTRATEGIA: 403, 565, 591, 596, 765.
- ESTRUCTURA: 55, 332, 378, 464, 500, 666, 799, 815, 860, 878.
- ETB: 150, 315, 805.
- ETICA: 255, 261, 293, 451, 503, 701, 795, 845, 875.
- EUREKA: 411.
- EUROPA: 29, 81, 129, 135, 136, 142, 179, 202, 220, 220, 226, 227, 265, 267, 269, 273, 285, 286, 290, 295, 357, 372, 386, 388, 399, 413, 561, 563, 566, 567, 595, 596, 597, 617, 620, 621, 622, 641, 678, 679, 683, 693, 700, 715, 720, 726, 750, 782, 783, 872, 877, 887, 898.
- EUROTELECOM: 269.
- EUSKADI: 760.
- EVOLUCION: 44, 56, 119, 228, 229, 236, 272, 296, 327, 331, 343, 355, 389, 412, 428, 475, 486, 490, 533, 554, 561, 566, 600, 638, 644, 687, 709, 711, 740, 746, 752, 756, 771, 772, 777, 795, 801, 817, 875, 900.
- EXHIBICION: 418, 678.
- EXPERIENCIA: 203, 382, 446, 534.
- EXPERIMENTO: 185, 188.
- EXPORTACION: 716.
- EXPOSICION: 246, 269, 292, 296, 348, 372, 415, 513, 549, 597, 602, 666, 745, 787, 788, 799, 806.
- EXPRESION: 90, 138, 254, 265, 422, 448, 546, 694, 700, 733, 832, 833, 858.
- EXTENSION: 601.
- EXTERIOR: 119, 188, 203, 374, 405, 654, 669, 670, 692, 722, 738, 792.
- EXTRANJERO: 345, 562, 738.

F

FACULTAD: 166, 293, 317, 376, 472, 541, 843.
 FAD: 307.
 FAMILIA: 165, 251.
 FEDERACION: 137, 308, 407, 493, 693, 694, 730.
 FEMINISMO: 173.
 FESTIVAL: 141, 143, 148, 157, 207, 435, 602, 605, 607, 609, 613, 614, 616, 622, 627, 652, 659, 660, 661, 678, 688, 689, 695, 698, 806, 807.
 FIBRA: 676.
 FICCION: 367.
 FIDELIDAD: 176, 476.
 FIGUERES: 168.
 FILM: 157.
 FILMOGRAFIA: 323, 520, 604, 605, 606, 610, 611, 615, 662, 834, 835, 851, 853.
 FILMOTECA: 612.
 FILOSOFIA: 296, 430, 630, 685, 875, 899.
 FILTRACIONES: 167.
 FINANCIACION: 18, 701.
 FINANCIAL TIMES: 202, 306, 386, 387, 717.
 FINANCIERA: 319, 717.
 FISCALIDAD: 409.
 FISICA: 371, 599, 849.
 FM: 224.
 FNEP: 308, 407.
 FOLCLORE: 859.
 FOMENTO: 128, 521.
 FORMACION: 123, 128, 136, 270, 293, 317, 346, 360, 365, 392, 446, 450, 451, 828, 865, 873, 877.
 FORMATO: 541.
 FOTOGRAFIA: 22, 32, 124, 287, 325, 332, 360, 369, 432, 434, 477, 481, 534, 540, 674, 675, 698, 704, 709, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 801, 839.
 FONOTECA: 22.
 FRANCIA: 138, 180, 262, 290, 331, 361, 462, 501, 525, 532, 619, 621, 635, 637, 639, 664, 699, 711, 717, 719, 723, 725, 729, 812, 887.
 FRANQUISMO: 2, 21, 39, 57, 65, 542, 544.
 FUNDESCO: 1, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 174, 283, 326, 355, 511, 603, 629, 749, 750.
 FUSION: 550.
 FUTBOL: 526.
 FUTURO: 6, 153, 166, 189, 269, 300, 335, 376, 477, 525, 534, 563, 621, 676, 709, 715, 721, 753, 802, 879.

G

GAFAS: 281.
 GALERIA: 773.
 GALERISMO: 63.
 GALICIA: 63, 571, 753.
 GANANCIAS: 800.
 GARANTIA: 701.
 GASTO: 233.
 GENERACION: 154.
 GENERALITAT: 382, 612, 879.
 GENERO: 11, 25, 83, 255, 444, 466, 468, 549, 657, 819, 837, 894.
 GEOGRAFIA: 268.
 GESTION: 7, 18, 155, 288, 601, 882, 888.
 GJION: 430, 613.
 GLOSA: 468.

GOBIERNO: 116, 219, 254, 547, 690, 703, 722, 786.
 GRABACION: 147.
 GRAFFITI: 322.
 GRAFISMO: 8, 130, 131, 132, 133, 134, 145, 146, 151, 534.
 GRANJA: 646.
 GUIA: 479, 482, 798.
 GUION: 885.
 GUIPUZCOA: 757.

H

HABANA: 586.
 HABITOS: 476.
 HACHETTE: 196, 278.
 HACIENDA: 531.
 HEMEROTECA: 249.
 HIGIENE: 407.
 HISTORIA: 2, 8, 13, 30, 36, 37, 38, 39, 46, 63, 66, 68, 72, 81, 86, 106, 109, 112, 144, 145, 165, 177, 229, 243, 248, 254, 276, 297, 298, 300, 322, 329, 343, 362, 387, 424, 425, 433, 434, 440, 441, 442, 444, 445, 446, 447, 461, 462, 464, 515, 521, 544, 550, 601, 699, 705, 707, 709, 735, 738, 739, 741, 768, 814, 817, 832, 838, 840, 843, 856, 872, 873, 875, 878, 893, 887, 889, 896.
 HISTORIOGRAFIA: 343, 433.
 HOBBY: 198.
 HOGAR: 357, 810.
 HOLANDA: 231, 271, 622, 729.
 HOLDING: 596, 794, 813.
 HOLLYWOOD: 162, 297, 298, 606, 608, 615, 663.
 HOLOGRAFIA: 281, 768.
 HOMBRE: 64, 177, 201, 344, 356, 366, 608, 682, 810.
 HOMENAJE: 298.
 HONESTIDAD: 377, 725.
 HONOR: 256, 420.
 HORARIO: 164.
 HORIZONTE: 153, 561, 566, 764.
 HUMANIDADES: 170.
 HUMANO: 337, 496, 512, 687, 760.
 HUMOR: 93, 384, 549, 627, 807, 857.

I

IBERCOMNET: 391.
 IBERDUERO: 382.
 IBEROAMERICA: 123, 493, 716.
 IDATE: 358, 619, 621.
 IDENTIDAD: 8, 312, 397, 398, 399, 439, 440, 444, 446, 453, 454, 504, 506, 507, 554, 567, 744, 759, 780, 782, 784.
 IDEOLOGIA: 117, 368, 445, 449, 603, 718, 883.
 IDEONEIDAD: 214.
 IDIOMA: 247, 274, 284, 413, 750.
 IGLESIA: 634.
 IGUALDAD: 173, 366, 371.
 ILUMINACION: 816.
 ILUSTRACION: 124.
 ILUSTRADOR: 323, 534, 611.
 IMAGEN: 23, 34, 62, 99, 113, 124, 130, 131, 132, 133, 134, 145, 146, 151, 154, 161, 222, 244, 256, 258, 514, 525, 540, 596, 599, 669, 673, 687, 691, 735, 744, 769, 770, 775, 792, 803, 881.
 IMAGINACION: 552, 649, 691, 859.
 IMAGINERIA: 93.
 IMPACTO: 365, 384, 392, 414, 505, 726, 802.
 IMPERIALISMO: 449, 781.

- IMPERIO: 301.
 IMPLANTACION: 331, 749.
 IMPORTACION: 716.
 IMPORTANCIA: 201, 262, 276, 287, 361, 552, 562, 665, 667, 672, 673, 691, 698, 705, 707, 709, 713, 765, 777, 796, 811.
 IMPOTENCIA: 189.
 IMPRENTA: 71, 420, 429, 801.
 IMPRESION: 40, 395, 477.
 IMPRESIONISMO: 771.
 IMPRESORA: 229, 485, 456.
 IMPRESOS: 185, 202, 209, 286, 306, 353, 428.
 IMPUESTOS: 409.
 INCENDIO: 529.
 INCENTIVOS: 135.
 INDIA: 453, 594, 595, 640.
 INDICE: 297, 318, 798, 819, 851, 853, 872.
 INDIVIDUALIDAD: 675.
 INDIVIDUO: 258.
 INDIZACION: 854.
 INDUSTRIA: 1, 119, 138, 283, 363, 364, 396, 403, 562, 608, 673, 678, 750, 802, 847, 855, 872.
 INDUSTRIAL: 333, 403, 673.
 INFANCIA: 58, 59, 96, 445, 778.
 INFOMETRICA: 394.
 INFORMACION: 6, 21, 25, 34, 35, 74, 77, 89, 99, 102, 103, 108, 116, 127, 128, 166, 167, 169, 170, 172, 174, 191, 202, 205, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 252, 255, 258, 259, 261, 263, 271, 275, 280, 293, 317, 326, 331, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 343, 361, 362, 363, 376, 412, 414, 429, 448, 456, 457, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 472, 473, 480, 483, 486, 487, 491, 523, 533, 535, 541, 542, 543, 553, 554, 556, 557, 559, 560, 563, 574, 575, 578, 581, 583, 584, 590, 592, 596, 600, 603, 647, 681, 689, 693, 701, 705, 709, 717, 718, 725, 734, 749, 777, 812, 815, 818, 821, 828, 829, 830, 837, 842, 843, 855, 857, 858, 859, 860, 870, 875, 877, 880, 881, 883, 884, 888, 892, 891, 897.
 INFORMADOR: 256, 526, 656.
 INFORMATICA: 3, 6, 130, 131, 132, 133, 134, 143, 145, 146, 151, 154, 258, 370, 376, 412, 509, 743, 859, 860.
 INFORMATIVO: 4, 43, 68, 69, 74, 92, 96, 121, 231, 243, 245, 252, 259, 260, 263, 267, 272, 274, 300, 331, 335, 336, 337, 346, 347, 348, 349, 368, 372, 393, 406, 456, 469, 470, 534, 536, 545, 555, 596, 677, 709, 739, 752, 758, 759, 828.
 INFORME: 120, 128, 153, 182, 183, 231, 233, 277, 280, 284, 304, 412, 429, 528, 600, 620, 631, 635, 671, 722, 726, 730, 751, 761, 797.
 INGRESOS: 121, 182, 234, 470, 655, 680, 711, 713, 719.
 INICIATIVA: 373, 430, 785.
 INSTALACION: 622, 749.
 INSTITUCION: 180.
 INSTITUTO: 140, 171, 262, 619, 621, 673, 736.
 INSTRUMENTO: 350, 442, 445, 474, 492, 603, 709, 768.
 INSULARIDAD: 574.
 INTEGRACION: 247, 372, 427, 491, 756, 838.
 INTELECTUAL: 232, 259, 314, 325, 421, 548, 680, 818, 875.
 INTENSIDAD: 700.
 INTERAMERICA: 727, 732.
 INTERCAMBIO: 143, 247, 334, 756, 773.
 INTERCOMUNICACION: 337.
 INTERCONTINENTAL: 676.
 INTERCULTURA: 505.
 INTERDEPENDENCIA: 670, 764.
 INTERDISCIPLINAR: 23, 879.
 INTERES: 22, 276, 373, 600, 614, 661, 754, 760, 789.
 INTERIOR: 495, 541.
 INTERMEDIARIO: 710.
 INTERMEDIO: 766.
 INTERNACIONAL: 94, 141, 157, 202, 203, 230, 232, 264, 268, 278, 290, 293, 306, 310, 324, 358, 363, 382, 391, 414, 415, 478, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 503, 508, 509, 510, 512, 523, 537, 538, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 574, 576, 577, 580, 581, 582, 583, 584, 592, 607, 613, 616, 619, 621, 672, 677, 678, 688, 689, 691, 695, 700, 717, 726, 734, 754, 758, 759, 760, 762, 763, 764, 792, 795, 806, 855, 870, 879.
 INTERPERSONAL: 337, 495.
 INTERPRETACION: 25, 459, 772, 830.
 INTERPRETE: 665, 772.
 INTERRELACION: 473, 852.
 INTERVENCION: 228, 411, 558, 571, 617, 646.
 INTRIGAS: 532.
 INTROMISION: 777.
 INTUICION: 250.
 INVERSION: 181, 182, 183, 188, 190, 200, 215, 285, 308, 313, 351, 375, 404, 671, 683, 708, 712, 713, 774, 793, 797, 800, 802, 803, 888.
 INVERSORES: 774.
 INVESTIGACION: 73, 84, 118, 120, 128, 172, 209, 212, 213, 214, 225, 245, 262, 269, 286, 353, 358, 391, 393, 394, 411, 428, 433, 434, 441, 472, 474, 479, 489, 494, 505, 554, 555, 556, 559, 562, 564, 570, 580, 621, 651, 658, 681, 700, 761, 798, 879, 882, 895.
 INVESTIGADOR: 692.
 IRLANDA: 728.
 IRONIAS: 241.
 ISOC: 170.
 ITALIA: 82, 275, 279, 280, 290, 539, 607, 610, 634, 638, 665, 729, 812.
- J
- JAPON: 269, 272, 347, 596, 630.
 JERGA: 252.
 JOVEN: 173, 850.
 JUBILACION: 530.
 JUEGO: 257, 389, 568, 704, 846, 887.
 JUGUETE: 778.
 JUICIO: 366.
 JURIDICO: 57, 330, 388, 808, 818.
 JUVENTUD: 34, 173, 346, 445, 458.
- K
- L
- LABOR: 472, 537, 714.
 LAIA: 367.
 LASER: 456, 477, 485, 801.
 LATINOAMERICA: 73, 123, 398, 412, 554, 716, 888.
 LECTOR: 124, 465, 795, 831.
 LECTURA: 113, 124, 225, 259, 318, 445, 465, 476, 700, 751, 759, 802.
 LEGISLACION: 3, 57, 156, 160, 175, 186, 210, 219, 226, 229, 232, 248, 253, 254, 256, 261, 265, 280, 294, 314, 319, 325, 331, 339, 370, 373, 383, 386, 388, 407, 409, 412, 414, 418,

- 419, 420, 421, 422, 427, 516, 522, 528, 539, 568, 570, 571, 624, 625, 626, 668, 669, 672, 680, 683, 684, 690, 694, 702, 703, 707, 730, 760, 762, 763, 785, 786, 787, 788, 808, 818, 825, 871, 875.
- LEGISLATIVAS**
LEGITIMIDAD: 647.
LENGUAJE: 9, 12, 20, 31, 56, 62, 78, 90, 97, 105, 107, 110, 113, 114, 213, 252, 257, 258, 311, 452, 461, 464, 469, 551, 638, 653, 657, 697, 718, 731, 732, 750, 756, 771, 779, 816, 823.
LEO: 273.
LERA: 129.
LETARGO: 790.
LETRAS: 429.
LEXICO: 464, 831.
LEXICOMETRIA: 464.
LEY: 35, 156, 160, 210, 219, 254, 261, 280, 294, 314, 325, 328, 354, 407, 418, 419, 420, 421, 422, 427, 487, 516, 568, 571, 624, 626, 668, 680, 690, 702, 703, 730, 785, 786, 787, 808, 818.
LIBERTAD: 254, 261, 265, 422, 448, 449, 515, 523, 543, 546, 571, 693, 694, 700, 727, 733, 772, 833, 858.
LIBRO: 129, 144, 177, 226, 272, 278, 469, 543, 770, 789, 861.
LIDERAZGO: 793.
LIMA: 585.
LINGÜÍSTICA: 452, 831, 864.
LITERATURA: 158, 180, 445, 461, 833, 838, 852.
LOCAL: 45, 331, 339, 487, 521, 536, 565, 712, 753, 760, 817, 863, 867.
LOCUCION: 90.
LOGICA: 588.
LONDRES: 179, 386, 667, 693.
LOT: 373, 543, 571.
LOURDES: 386.
LUCHA: 153, 270, 440.
LUCRO: 263.
LUMINOSIDAD: 332.
- M**
- MACINTOSH:** 483.
MADRID: 122, 136, 150, 161, 253, 269, 293, 299, 317, 318, 322, 353, 405, 408, 409, 411, 414, 428, 487, 521, 528, 540, 554, 672, 673, 700, 753, 754, 757, 770, 773, 776, 803, 811, 843, 863.
MADUREZ: 778.
MAGAZINES: 799.
MAGNETOSCOPIO: 505.
MALAGA: 817.
MALASIA: 644.
MANIPULACION: 90, 242, 259, 523, 724, 881.
MAQUETACION: 482, 737.
MAQUINA: 287.
MARCA: 389, 494, 744.
MARGINACION: 173.
MARKETING: 1, 7, 196, 197, 288, 295, 299, 334, 341, 350, 372, 380, 408, 428, 478, 499, 517, 518, 525, 597, 649, 691, 696, 767, 775, 855.
MARRUECOS: 633, 878, 860.
MARXISMO-LENINISMO: 54.
MASIFICACION: 178, 317.
MASS-MEDIA: 20, 259, 721.
MATEMATICA: 10.
MATERIAL: 128, 244, 569, 599.
MATRIMONIO: 525, 706, 733, 843, 853.
MECENAZGO: 379, 382, 672, 754.
MEDIA: 64, 89, 171, 183, 287, 521, 582, 621, 725, 794, 867, 874, 883, 887.
MEDIACION: 514, 603.
MEDIADOR: 603.
MEDICINA: 221.
MEDIO INFORMATIVO: 4, 43, 68, 69, 74, 92, 96, 121, 122, 123, 147, 174, 183, 185, 188, 190, 192, 230, 231, 236, 239, 252, 259, 260, 263, 272, 274, 300, 311, 313, 330, 337, 342, 346, 347, 348, 349, 360, 361, 368, 372, 385, 390, 393, 401, 406, 429, 469, 470, 476, 532, 385, 390, 393, 401, 406, 429, 469, 470, 476, 532, 536, 538, 545, 555, 561, 566, 598, 628, 635, 654, 656, 677, 681, 684, 709, 710, 721, 725, 753, 758, 759, 764, 768, 778, 783, 793, 828, 839, 840, 842, 857, 887.
MEDIOS DE COMUNICACION: 20, 21, 28, 41, 49, 56, 64, 68, 69, 92, 96, 135, 136, 173, 178, 185, 200, 202, 204, 206, 209, 210, 211, 217, 224, 225, 228, 230, 231, 239, 252, 257, 259, 260, 263, 272, 274, 280, 286, 289, 291, 300, 306, 307, 318, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 334, 335, 337, 338, 342, 345, 346, 347, 348, 349, 351, 353, 359, 368, 372, 382, 389, 405, 406, 415, 428, 431, 430, 469, 470, 487, 514, 515, 518, 523, 524, 536, 545, 555, 562, 563, 565, 569, 573, 598, 599, 600, 601, 602, 622, 623, 628, 631, 632, 633, 636, 647, 658, 677, 690, 692, 700, 705, 707, 711, 714, 715, 716, 721, 723, 725, 728, 745, 752, 787, 792, 794, 802, 811, 816, 828, 830, 850, 867, 874, 878, 883, 887.
MENORCA: 71.
MENSAJE: 20, 237, 241, 242, 311, 359, 497, 510, 526, 653, 667, 707, 708, 721, 758, 779, 789.
MENSUAL: 206, 736, 880.
MENTALIDAD: 296, 491.
MERCADO: 119, 129, 139, 142, 196, 197, 198, 199, 200, 212, 232, 234, 238, 274, 278, 290, 291, 295, 300, 305, 331, 341, 350, 372, 382, 386, 388, 428, 478, 500, 511, 525, 533, 537, 558, 561, 596, 597, 617, 679, 696, 700, 708, 711, 712, 715, 719, 765, 767, 773, 794, 800, 804, 861, 882.
METAFORA: 31.
METODOLOGIA: 20, 36, 106, 430, 681, 761, 766, 791.
MEXICO: 277, 327, 437, 594, 595, 640.
MICROELECTRONICA: 412.
MICROFOTOGRAFIA: 768.
MILITANCIA: 165, 320.
MINISTERIO: 190, 360, 378, 384, 671.
MODA: 223, 456, 672, 687, 722, 846, 847.
MODELO: 24, 52, 62, 77, 79, 238, 289, 345, 629, 674, 740, 881, 895.
MODERNIDAD: 9, 163, 398, 762.
MODERNIZACION: 483.
MODIFICACION: 280, 788.
MONARQUIA: 544.
MONITOR: 475.
MONOPOLIO: 536, 543.
MONTAJE: 311.
MONTPELLIER: 619, 621.
MONTSENY: 165.
MONTERRAT: 85, 91.
MOTIVACION: 775, 861.
MUERTE: 273, 425, 608.
MUESTRA: 157, 285, 286, 318, 660, 674, 687, 689, 698, 770, 772, 788, 790, 808, 817.
MUJER: 4, 135, 173, 201, 223, 244, 356, 357, 364, 365, 366, 371, 638, 693, 770, 809, 810, 850.
MUJERES: 201, 223, 357, 365, 371, 809, 850.

- MULTILINGÜE: 679.
 MULTILINGÜISMO: 750.
 MULTIMEDIA: 128, 153, 199, 238, 435.
 MULTINACIONAL: 142, 153, 286, 532.
 MULTITUD: 177, 489.
 MUNDIAL: 171, 227, 234, 268, 278, 363, 387, 414, 580, 583, 688, 693, 694, 711, 794, 806, 887.
 MUNDIALES: 258, 575.
 MUNDITELE: 266, 805, 806.
 MUNDO: 173, 177, 191, 202, 234, 237, 243, 257, 259, 266, 305, 314, 323, 337, 371, 381, 389, 397, 402, 408, 449, 474, 505, 525, 526, 546, 551, 577, 579, 589, 591, 600, 621, 632, 634, 641, 644, 658, 673, 699, 704, 710, 735, 749, 809.
 MUNDO-EUROPA: 641.
 MÚSICA: 53, 108, 122, 282, 324, 416, 552, 667, 830.
 MUTACION: 532.
- N
- NACIONAL: 37, 118, 140, 169, 175, 262, 290, 308, 386, 405, 407, 444, 445, 446, 447, 507, 570, 601, 635, 639, 668, 684, 690, 703, 730, 738, 784.
 NACIONALIDAD: 400.
 NACIONALISMO: 63, 76, 112, 440, 444, 446.
 NARRACION: 255.
 NARRATIVA: 31.
 NATURALEZA: 1, 283, 344, 529, 845.
 NAVARRA: 105, 293, 376, 534, 541, 734, 795, 858, 870.
 NECESIDAD: 295, 370, 372, 379, 404, 408, 427, 454, 572, 617, 625, 670, 672, 691, 795, 803.
 NIGERIA: 509, 591.
 NORTEAMERICA: 100, 171, 237, 367, 493, 498, 519, 520, 575, 583, 605, 643, 708, 715, 770.
 NOTICIA: 255, 343, 553, 656, 718, 777, 883.
 NOVELISTA: 520.
- O
- OBJETIVIDAD: 466, 515, 812, 883.
 OCIO: 754, 846.
 OCUPACION: 202.
 OFERTA: 238, 266, 326.
 OJD: 192, 205, 211, 321, 666, 757.
 OLIMPIADA: 686.
 OLIMPIADAS: 309, 686.
 OLVIDAR: 428, 512.
 OMIC: 339.
 ONCE: 698.
 ONDA: 738.
 ONDAS: 328.
 OPERA: 552.
 OPINION: 25, 210, 255, 259, 263, 276, 428, 468, 489, 491, 493, 538, 690, 723, 725, 755, 819.
 ORDENACION: 177, 243, 331, 571.
 ORDENADOR: 131, 132, 133, 154, 174, 184, 209, 355, 367, 484, 508, 533, 629, 721, 860.
 ORGANIZACION: 149, 230, 231, 233, 268, 288, 414, 432, 472, 495, 539, 570, 821.
 ORTOGRAFIA: 822.
 OTAN: 449.
- P
- PANTALLA: 323, 381, 520, 525, 683.
 PAPEL: 168, 173, 174, 251, 257, 262, 276, 299, 334, 339, 357, 379, 382, 387, 402, 425, 446, 447, 515, 576, 603, 693, 705, 709, 725, 762, 778, 779, 789, 859.
 PARAMETROS: 757.
 PARLAMENTO: 116, 156, 407, 620, 671.
 PARTES: 497.
 PARTICULAR: 861.
 PARTIR: 64, 122, 268, 331, 338, 342, 344, 368, 421, 566, 596, 611, 820.
 PATERNALISMO: 812.
 PATRICIA: 699.
 PATROCINADOR: 377, 379, 380, 381, 382, 754.
 PAZ: 546, 592.
 PEDAGOGIA: 433, 497, 569, 795, 820, 835.
 PELICULA: 141, 605, 608, 615.
 PELÍCULAS: 298, 302, 309, 418, 425, 519, 520, 602, 604, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 615, 616, 627, 659, 660, 661, 663, 664, 695, 698, 848, 851, 852, 853, 871.
 PERCEPCION: 124, 369, 599, 769.
 PERFIL: 69, 121, 344, 493, 875.
 PERIODICIDAD: 206, 284.
 PERIODICO: 30, 63, 124, 144, 187, 475, 477, 478, 480, 521, 534, 541, 603, 618, 737, 873, 889.
 PERIODISMO: 13, 22, 25, 37, 77, 78, 84, 93, 97, 100, 105, 107, 164, 165, 166, 167, 248, 255, 270, 273, 293, 318, 360, 443, 444, 451, 458, 459, 460, 461, 463, 464, 466, 467, 468, 469, 473, 474, 523, 531, 534, 536, 539, 543, 545, 551, 656, 657, 658, 697, 717, 731, 732, 733, 767, 795, 800, 812, 815, 819, 824, 828, 837, 843, 850, 862, 865, 873, 889, 893, 894.
 PERIODISTA: 60, 121, 164, 255, 256, 450, 473, 522, 526, 529, 530, 531, 534, 546, 548, 677, 732, 734, 739, 870.
 PERIODISTAS: 121, 164, 257, 270, 293, 419, 450, 467, 515, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 632, 658, 739, 795, 828, 843, 870.
 PERSUASION: 17, 80, 178, 242, 276, 496, 670, 895.
 PIRATERIA: 232, 330.
 PLEBISCITO: 546, 761.
 POBLACION: 38, 175, 274, 327, 384, 327, 384, 600, 751, 888.
 PODER: 3, 6, 36, 66, 153, 207, 251, 252, 279, 426, 515, 527, 532, 585, 667.
 POLEMICA: 328, 461, 787.
 POLITICA: 21, 27, 35, 55, 57, 69, 73, 74, 86, 103, 104, 159, 169, 170, 171, 172, 189, 228, 257, 258, 265, 276, 291, 348, 349, 359, 393, 402, 423, 430, 437, 454, 479, 523, 542, 548, 551, 554, 557, 558, 563, 568, 573, 585, 587, 643, 644, 697, 699, 705, 732, 761, 762, 763, 783, 840, 900.
 POLITICAS DE COMUNICACION: 120, 269, 276, 300, 358, 554, 555, 557, 558, 563, 759, 762, 763, 764, 818.
 POLITICO: 21, 120, 254, 257, 279, 282, 322, 348, 359, 411, 449, 454, 515, 516, 532, 551, 585, 587, 624, 697, 732, 755, 760, 862, 878.
 POLITIZACION: 257.
 PORTUGAL: 271, 275, 489, 729.
 POSTGUERRA: 112, 840, 872.
 POSTMODERNIDAD: 163.
 PRAGMATICA: 213, 574.
 PRECIO: 284, 625, 649, 788.
 PREMIO: 405, 540, 698, 207, 602, 652, 688.
 PRENSA: 7, 16, 18, 22, 24, 26, 30, 32, 35, 37, 38, 39, 43, 44, 47, 52, 55, 63, 65, 71, 75, 76, 86, 87, 89, 101, 109, 112, 115, 121, 125, 127, 137, 144, 164, 166, 185, 187, 198, 208, 209, 216, 229, 230, 235, 236, 244, 248, 256, 257, 261, 264, 271, 272, 278, 279, 280, 282, 284, 287, 288, 290, 300, 306, 308, 315,

- 316, 318, 320, 331, 335, 351, 353, 359, 368, 369, 376, 387, 389, 395, 419, 420, 429, 440, 446, 447, 457, 476, 477, 478, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 487, 511, 515, 523, 527, 528, 532, 534, 535, 536, 540, 541, 542, 544, 547, 549, 553, 555, 567, 572, 598, 603, 621, 631, 632, 633, 636, 638, 639, 650, 656, 657, 658, 705, 706, 708, 709, 710, 712, 717, 722, 723, 725, 727, 728, 732, 736, 777, 793, 795, 800, 801, 802, 811, 814, 824, 831, 850, 862, 863, 865, 866, 873, 880, 887, 889, 893.
- PRESION:** 270, 304, 772, 786.
- PRESUPUESTOS:** 215, 233, 289, 378, 882.
- PREVENCIÓN:** 528.
- PROCESADO:** 485.
- PRODUCCIÓN:** 5, 122, 123, 128, 147, 149, 155, 157, 171, 231, 249, 251, 334, 341, 357, 470, 663, 679, 705, 716, 760, 806, 816, 883.
- PRODUCTO:** 380, 385, 426, 478, 483, 649, 687, 767, 792, 803, 855.
- PRODUCTOR:** 606, 630, 663.
- PRODUCTORAS:** 123.
- PRODUCTORES:** 334.
- PRODUCTOS:** 129, 274, 593, 667, 684, 741, 767.
- PROFESIÓN:** 60, 121, 255, 463, 493, 523, 524, 528, 529, 539, 626, 658, 746.
- PROFESOR:** 167, 380, 451, 459, 714, 870.
- PROFESORADO:** 126, 472.
- PROGRAMA:** 59, 125, 180, 248, 377, 411, 620, 686, 799, 816.
- PROGRAMACIÓN:** 58, 59, 228, 233, 240, 265, 416, 550, 552, 601, 612, 613, 618, 639, 716, 760, 778, 790, 799, 812.
- PROGRAMAS:** 33, 58, 118, 158, 228, 233, 248, 258, 267, 302, 303, 309, 350, 358, 415, 472, 519, 625, 716, 742, 750, 778, 790, 799, 885.
- PROGRESIÓN:** 214, 719.
- PROGRESO:** 508.
- PROMOCIÓN:** 1, 128, 283, 288, 295, 299, 478, 510, 517, 708, 882.
- PROPIEDAD:** 44, 232, 271, 314, 325, 421, 467, 601, 680, 818, 875.
- PROTAGONISTA:** 120, 435, 689, 799.
- PROVOCAR:** 250, 263.
- PROYECCIÓN:** 373, 678.
- PROYECTO:** 127, 219, 254, 329, 407, 412, 413, 480, 568, 570, 605, 686, 773, 785, 786, 808, 849.
- PSICOLOGÍA:** 345, 346, 769, 772.
- PUBLICACIÓN:** 299, 470, 892.
- PUBLICIDAD:** 8, 19, 47, 61, 79, 80, 111, 122, 142, 153, 157, 159, 160, 161, 176, 177, 178, 181, 182, 183, 184, 186, 188, 189, 190, 193, 196, 197, 199, 201, 203, 204, 205, 233, 237, 238, 239, 241, 242, 261, 274, 276, 282, 284, 287, 288, 292, 295, 296, 299, 300, 304, 307, 308, 310, 311, 312, 313, 314, 317, 318, 319, 330, 331, 334, 341, 351, 352, 354, 368, 372, 374, 375, 383, 384, 385, 386, 388, 389, 404, 405, 407, 408, 409, 410, 426, 427, 429, 455, 470, 483, 494, 510, 513, 517, 518, 532, 535, 553, 560, 568, 572, 596, 598, 617, 620, 624, 625, 626, 627, 628, 630, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 691, 692, 693, 694, 695, 698, 699, 701, 707, 708, 710, 711, 712, 713, 719, 722, 729, 730, 735, 740, 741, 743, 744, 745, 746, 747, 752, 753, 765, 767, 774, 775, 776, 777, 779, 788, 791, 792, 793, 796, 797, 798, 800, 802, 804, 807, 830, 895.
- PUBLICITARIA:** 61, 80, 122, 157, 177, 178, 183, 190, 200, 215, 287, 291, 295, 296, 304, 308, 313, 314, 351, 375, 404, 409, 410, 429, 455, 494, 513, 553, 568, 596, 598, 627, 628, 650, 651, 654, 657, 667, 669, 672, 683, 698, 699, 710, 712, 743, 747, 754, 765, 772, 774, 791, 798.
- PUBLICITARIO:** 79, 142, 157, 182, 196, 207, 208, 210, 222, 237, 238, 290, 311, 322, 374, 386, 405, 409, 513, 553, 626, 652, 653, 667, 671, 686, 687, 689, 695, 698, 699, 707, 711, 719, 740, 775, 779, 789, 792, 796, 807.
- PUBLICO:** 33, 59, 161, 242, 259, 263, 290, 300, 494, 540, 545, 613, 708, 767, 787, 807, 808, 817.

R

RABAT: 85.

RADIO: 2, 12, 45, 46, 55, 58, 59, 67, 77, 81, 82, 88, 90, 121, 122, 164, 185, 204, 217, 224, 230, 231, 233, 238, 239, 240, 272, 275, 277, 282, 313, 315, 316, 318, 330, 336, 359, 373, 406, 416, 417, 487, 536, 550, 552, 553, 555, 557, 562, 571, 598, 600, 628, 631, 633, 634, 636, 654, 720, 722, 725, 728, 738, 739, 778, 799, 825, 840, 878, 890, 887.

RADIOFUSIÓN: 2, 46, 67, 119, 238, 373, 388, 720, 728, 738, 783, 861.

RAZÓN: 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 263, 264, 265, 859.

RAZONAMIENTO: 250.

RDA: 368.

REALIDAD: 40, 78, 117, 150, 231, 252, 259, 268, 337, 342, 379, 393, 412, 459, 462, 466, 514, 603, 704, 707, 734, 750, 768, 850.

REALIZACIÓN: 664, 667, 865, 885.

REALIZADOR: 605.

REBELDE: 343.

RECEPCIÓN: 27, 240, 285, 876.

RECEPTOR: 241, 255, 337, 406, 497, 789, 842.

RECEPTORES: 289, 337.

RECONVERSIÓN: 327, 678, 751.

RECUPERACIÓN: 315, 772, 790, 821.

RED: 267, 391, 412, 500.

REDACCIÓN: 166, 293, 395, 459, 466, 469, 527, 543, 707, 731, 737, 822.

REDACTOR: 481.

REEDUCACIÓN: 886.

REFERENDUM: 279.

REFERENTE: 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 542.

REFORMA: 414.

REGÍMEN: 57, 546, 818, 884.

REGIONAL: 253, 487, 536, 856.

REGIONALISMO: 76, 588.

REGLAMENTO: 205, 566.

REGULACIÓN: 420, 500.

REINO: 231, 436.

RELACIÓN: 94, 263, 225, 231, 239, 337, 341, 342, 470, 473, 481, 535, 564, 572, 595, 627, 632, 641, 664, 688, 751, 756, 779, 803, 809, 862, 875.

RELATO: 311.

RELIEVE: 262, 281, 295.

RELIGIÓN: 13, 442.

REMÓDELACIÓN: 137, 817.

RENACIMIENTO: 42, 276.

RENDIMIENTO: 569.

RENDIMIENTOS: 410.

RENFE: 405.

RENTABILIDAD: 669, 726, 749, 797, 803, 804.

RENUNCIA: 137.

REPORTAJE: 535, 689, 704, 769.

REPOSICIONES: 262.
 REPRODUCCION: 341, 702, 768, 770, 789, 873.
 REPUBLICA: 13, 631, 636, 699, 887.
 RESPETO: 254.
 RESPONSABILIDAD: 259, 420, 503, 528, 734, 788, 812.
 RETORICA: 56.
 RETRANSMISION: 302.
 REVISTA: 86, 173, 187, 191, 193, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 204, 206, 217, 218, 221, 223, 235, 236, 244, 264, 268, 286, 287, 290, 315, 316, 321, 335, 351, 353, 374, 428, 452, 458, 459, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 472, 488, 489, 498, 499, 508, 509, 510, 512, 519, 537, 538, 541, 628, 639, 654, 705, 755, 767, 774, 800.
 REVOLUCION: 139, 191, 265, 289, 447, 484, 647.
 RITMO: 251.
 RITO: 53.
 RNE: 224, 406, 416, 550.
 ROL: 357, 587.
 ROTOSCOPIA: 130.
 RTVE: 140, 383, 416, 513, 625, 683, 788.

S

SALA: 94, 420, 421.
 SALARIOS: 164, 356.
 SALAS: 678, 817.
 SALUD: 407, 671, 736, 880.
 SALUD-MENTAL: 736, 288, 481, 807.
 SANIDAD: 384.
 SATELITE: 140, 153, 220, 227, 247, 267, 285, 437, 439, 502, 621, 642, 722, 762, 799, 861, 285, 463, 619, 715, 726.
 SATURACION: 351, 712, 238, 240.
 SEGREGACION: 364.
 SEGURIDAD: 3, 530, 592.
 SELECCION: 244, 348, 380, 524.
 SEMANARIO: 192, 193, 218, 290, 306, 532.
 SEMIOLOGIA: 237, 892.
 SEMIOSIS: 864.
 SEMIOTICA: 15, 36, 70, 79, 88, 93, 97, 117, 213, 742, 864.
 SENSUALIDAD: 287.
 SERIE: 302, 357, 360, 365, 371, 410, 581, 651, 852, 5, 806.
 SEXISMO: 357.
 SEÑAL: 742, 876.
 SEÑALETICA: 742.
 SIDA: 384.
 SIGNIFICACION: 575.
 SIGNIFICADO: 252, 818.
 SIGNO: 204, 237, 660.
 SIGNOS: 653, 742.
 SIMBOLO: 237, 653, 742.
 SIMBOLOGIA: 42.
 SIMETRIA: 769.
 SINTONIA: 332.
 SISTEMA: 27, 42, 54, 120, 231, 243, 341, 364, 412, 431, 463, 467, 477.
 SISTEMAS: 147, 152, 209, 263, 281, 341, 462, 533, 554, 594, 621, 640, 700, 802, 821, 875.
 SITUACION: 136, 149, 164, 213, 220, 226, 228, 229, 232, 233, 271, 275, 277, 282, 335, 368, 378, 389, 395, 471, 550, 556, 566, 567, 597, 633, 636, 678, 679, 690, 711, 746, 752, 759, 760, 773, 809, 815, 820, 887.
 SOCIALISMO: 506.
 SOCIALISTA: 547.
 SOCIALIZACION: 346, 496, 603.

SOCIALIZADOR: 251.
 SOCIEDAD: 1, 3, 15, 53, 69, 250, 251, 252, 253, 254, 258, 260, 261, 263, 272, 283, 333, 338, 342, 343, 344, 359, 363, 364, 366, 368, 373, 403, 412, 430, 459, 486, 490, 491, 514, 515, 533, 543, 560, 623, 682, 709, 727, 732, 756, 761, 777, 810, 818, 829, 846, 850, 859, 870, 900.
 SOCIOCULTURA: 555, 758.
 SOCIOESTETICA: 92.
 SOCIOHISTORIA: 515.
 SOCIOLOGIA: 73, 117, 393, 454, 507, 846.
 SOCIOPOLITICA: 69, 231, 760.
 SOCIOSEMIOTICA: 117.
 SOLIDARIDAD: 30, 37, 420, 546.
 SONDEO: 306, 755.
 SONIDO: 681, 682, 698.
 SPOT: 222, 157, 178, 287, 304, 385, 426, 513, 553, 667, 779, 788, 791, 797, 807.
 STATUS: 389.
 SUBDESARROLLO: 751.
 SUBGENERO: 468.
 SUBTITULACION: 418.
 SUBVENCION: 280, 752.
 SUPLEMENTO: 123, 151, 187, 374, 375, 689, 798.
 SUPLEMENTOS: 196, 315, 316, 320, 353, 375, 428, 650.
 SUPREMACIA: 413.
 SUPRESION: 280.
 SUSPENSION: 470.
 SUSTITUCION: 371, 693.
 SUSTITUIR: 139.

T

TABACO: 186, 683.
 TALK-SHOW: 158.
 TARIFAS: 193, 284, 313, 710, 749, 788.
 TEATRO: 33, 318, 807, 817.
 TEBEO: 234.
 TEBEOS:
 TECNICA: 90, 130, 131, 140, 222, 243, 246, 295, 299, 332, 459, 462, 466, 473, 485, 475, 486, 511, 517, 571, 599, 606, 629, 630, 649, 672, 675, 708, 732, 715, 743, 769, 770, 771, 775, 792, 817, 839, 849, 851, 854, 874, 876, 890.
 TECNOLOGIA: 1, 6, 16, 26, 119, 120, 126, 128, 135, 139, 143, 152, 159, 174, 184, 208, 212, 227, 229, 231, 243, 247, 250, 251, 255, 258, 260, 261, 263, 265, 266, 281, 283, 291, 293, 300, 331, 357, 358, 362, 364, 365, 366, 370, 371, 386, 395, 400, 401, 403, 404, 408, 411, 412, 414, 415, 430, 437, 456, 463, 475, 477, 483, 484, 499, 505, 508, 509, 509, 510, 512, 537, 545, 554, 570, 587, 599, 676, 685, 715, 750, 751, 759, 764, 784, 801, 809, 810, 821, 839, 875, 876, 877, 881, 882, 887, 888.
 TELE-COMPRAS: 525.
 TELE-STEL: 39.
 TELECINCO: 462, 618.
 TELECOMUNICACION: 119, 129, 140, 243, 258, 263, 269, 282, 358, 396, 414, 500, 501, 502, 516, 571, 581, 629, 676, 726, 855, 861, 888.
 TELEDIARIO: 51, 820.
 TELEDISTRIBUCION: 637.
 TELEDOCUMENTACION: 508.
 TELEFONICA: 120, 140, 422, 537.
 TELEMARKETING: 537, 696.
 TELEMATICA: 595, 641, 644, 876, 888.
 TELNOVELA: 390, 826.

- TELEPASATIEMPO: 625.
 TELEPROGRAMA: 218.
 TELESEIS: 462.
 TELESUR: 856.
 TELETEXO: 258, 436, 462, 618, 827, 876.
 TELEVISION: 724.
 TELEVISIA: 327.
 TELEVISION: 5, 9, 11, 29, 33, 34, 51, 55, 58, 104, 110, 120, 121, 137, 142, 145, 148, 150, 153, 155, 156, 158, 164, 168, 175, 178, 180, 182, 184, 185, 186, 204, 207, 217, 220, 226, 227, 228, 231, 233, 247, 253, 254, 259, 265, 267, 272, 275, 277, 281, 282, 285, 287, 289, 291, 292, 294, 300, 302, 303, 304, 308, 309, 315, 316, 318, 319, 327, 328, 329, 345, 359, 374, 381, 383, 385, 388, 390, 402, 406, 415, 417, 423, 426, 431, 439, 471, 478, 487, 513, 519, 525, 536, 543, 551, 552, 553, 555, 557, 562, 571, 574, 581, 585, 588, 589, 593, 594, 595, 600, 601, 617, 619, 620, 621, 623, 625, 631, 633, 636, 639, 640, 643, 648, 652, 654, 656, 679, 683, 684, 685, 690, 698, 702, 703, 704, 715, 716, 718, 719, 722, 723, 724, 725, 726, 728, 739, 760, 763, 778, 779, 781, 783, 785, 787, 788, 790, 796, 797, 802, 804, 805, 806, 808, 813, 816, 820, 825, 826, 856, 861, 878, 881, 885, 890.
 TENDENCIAS: 131, 157, 288, 430, 482, 486, 563, 773, 855.
 TEORIA: 10, 17, 23, 24, 25, 36, 51, 64, 66, 83, 98, 213, 214, 237, 241, 242, 317, 430, 433, 452, 653, 705, 721, 740, 744, 766, 864, 866, 875, 882, 896, 900.
 TERMINOLOGIA: 133, 666.
 TERMOMAGNETICA: 139.
 TERRORISMO: 21, 89, 632.
 TEXTO: 110, 156, 160, 219, 319, 354, 355, 702, 818.
 TMES: 202, 306, 386, 387, 534, 717.
 TIPOLOGIA: 52, 121.
 TIRADA: 171, 268, 271, 280, 284, 368, 389, 521, 536, 666, 708, 802.
 TRABAJO: 128, 145, 173, 205, 229, 275, 323, 325, 332, 356, 364, 365, 366, 371, 461, 464, 480, 486, 488, 491, 512, 524, 529, 530, 534, 539, 559, 611, 636, 656, 660, 662, 663, 664, 670, 704, 707, 718, 728, 810.
 TRADICION: 165, 717.
 TRADUCCION: 413, 750.
 TRAFICO: 691.
 TRAGEDIA: 529.
 TRAGICOMEDIA: 610, 665.
 TRAJE: 608.
 TRAMITACION: 516.
 TRANSACCIONAL: 495.
 TRANSCRIPCION: 720, 723.
 TRANSFERENCIA: 643.
 TRANSFORMACION: 120, 168, 175, 243, 285, 501, 881.
 TRANSFRONTERA: 783.
 TRANSICION: 21, 69, 423, 500, 509, 515.
 TRANSMISION: 421, 799.
 TRANSNACIONAL: 153, 396, 554.
 TRANSPORTES: 140.
 TRASCENDENCIA: 314.
 TRIDIMENSIONAL: 130, 131, 132, 133, 134, 145, 146.
 TURISMO: 671, 792.
 TV: 104, 158, 178, 220, 230, 267, 327, 328, 329, 357, 381, 388, 402, 416, 417, 439, 478, 553, 588, 589, 598, 620, 628, 656, 658, 683, 684, 690, 703, 715, 716, 722, 760, 785, 786, 787, 792, 798, 802, 808, 812, 813.
 TV-2: 309.
 TV3: 150, 168, 182.
 TVE: 145, 150, 155, 182, 303, 309, 319, 383, 423, 462, 471, 543, 618, 779, 788, 790, 791, 793.
 TV-2: 182.
 TVG: 150, 788, 805.
 TVMADRID: 805.
- U
- UNESCO: 391, 582, 751.
 UNIVERSIDAD: 120, 166, 167, 310, 317, 352, 376, 378, 523, 534, 677, 734, 776, 795, 828, 843, 870.
 UNIVERSITARIO: 378, 523, 705, 776, 815, 828.
 UNIVERSO: 367.
 URBANISMO: 177, 310, 390, 670, 799.
 URSS: 54, 441, 448.
 USA: 100, 101, 162, 189, 227, 228, 267, 268, 269, 274, 275, 278, 290, 292, 297, 298, 396, 401, 441, 448, 451, 474, 520, 573, 575, 583, 586, 596, 643, 718, 770, 813, 826, 832, 887.
 USO: 126, 205, 255, 256, 401, 430, 456, 480, 538, 545, 575, 687, 732, 840, 877.
 USUARIO: 234, 250, 252, 264, 287, 392, 436, 480, 531, 533, 658, 701, 707, 708, 875.
 UTILIDAD: 214, 859.
 UTILIZACION: 361, 429, 433, 434, 481, 484, 495, 758, 807, 882.
- V
- VACACIONES: 425, 523.
 VALLA: 669, 670, 692.
 VANGUARDIA: 38, 115, 138, 540.
 VEDETTE: 180.
 VELOCIDAD: 701, 791.
 VENDER: 518, 573, 596, 792.
 VENTA: 311, 494, 596, 696, 708, 751.
 VENTAS: 426, 484, 517, 708, 803.
 VESTIDO: 847.
 VICIO: 697.
 VIDA: 115, 180, 292, 333, 362, 547, 601, 606, 608, 611, 653, 663, 664, 674, 841, 845.
 VIDEO: 147, 149, 152, 154, 222, 232, 282, 367, 433, 435, 505, 569, 622, 680, 684, 838, 890.
 VIDEOCINE: 618, 620.
 VIDEOCLUBS: 680.
 VIDEOTEXO: 258, 361, 392, 400, 847.
 VIGILANCIA: 548.
 VIGOR: 186, 205, 421, 666.
 VINCULACION: 257, 630, 665.
 VIOLENCIA: 526.
 VIRTUD: 548.
 VISION: 19, 252, 259, 337, 466, 477, 557, 603, 665, 677, 880.
 VISTA: 176, 366, 696, 875.
 VISUAL: 23, 124, 369, 622, 769, 775.
 VIVIENDAS: 319.

LISTA DE REVISTAS UTILES

AEDE.
ANALISI. Quaderns de Comunicació i Cultura.
ANNALS DEL PERIODISME CATALA.
ANTENA DE RADIO Y TELEVISION.
ANUNCIOS.
ARBOR.
ARTE FOTOGRAFICO.
L'AVENC.
CAMPAÑA.
C.IN.CO.
CINEVIDEO 20.
CIVITAS.
CONTROL DE PUBLICIDAD Y VENTAS.
CUADERNOS PRA DEBATE.
CUADERNOS DEL NORTE.
CUADERNOS DE REALIDADES SOCIALES.
CUENTA Y RAZON.
DEBATS.
DIRIGIDO POR...
DOCUMENTACION DE LAS CIENCIAS DE LA IN-
FORMACION.
ELECTRONICA.
EL EUROPEO.
FOTOGRAMAS.
FOTO PROFESIONAL.
FUNDESCO.
INVESTIGACION Y MARKETING.
I.P.MARK.
LA LEY.
MEDIOS AUDIOVISUALES + VIDEO.
MENSAJE Y MEDIOS.
NUESTRO TIEMPO.
PERIODISTAS.
POLITICA CIENTIFICA.
RESEÑA.
REVISTA DE CIENCIAS DE LA INFORMACION.
REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD.
REVISTA DE ESTUDIOS POLITICOS.
REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PU-
BLICAS.
TELOS.
TENDENCIAS CIENTIFICAS Y SOCIALES.

A

ABBAS, Qaisar: 579.
 ABRIL CURTO, Gonzalo: 213, 758, 857, 894.
 ACHARGUI AFRIR, Mohamed: 878.
 AGUILERA MOYANO, Miguel de: 333.
 AGUILERA, Octavio: 461.
 AGUINAGA, Enrique de: 459.
 ALBERDI, Inés: 365.
 ALBERO ANDRES, Magda: 5.
 ALCALDE, Jesús: 682.
 ALCARAZ, Juan José: 329.
 ALCOBA, Santiago: 831.
 ALCÓN, Felipe: 704.
 ALEJANDRE CASADO, Angelino: 339.
 ALEXANDRE, Laurien: 573.
 ALONSO ERAUSQUIN, Manuel: 124, 558, 599.
 ALONSO, José Miguel: 649.
 ALONSO, Maximiliano: 827.
 ALSIUS, Salvador: 10.
 ALTABELLA, José: 248, 811.
 ALVAREZ, Jesús Timoteo: 893.
 ALVAREZ-LINERA URÍA, César: 419.
 AMAT, Nuria: 821.
 ANDRADE, Jorge: 355.
 ANSAH, Paúl: 397.
 ANTOLA, Liria, y ROGERS, Everett M.: 716.
 ARIÑO, Gaspar: 253.
 ARNOLD, Edmund-C.: 737.
 ARREDONDO R, PABLO: 327.
 ARROYO ILERA, Fernando: 243.
 ASENSI, Manuel: 149, 154, 266.
 ASTELARRA, Judith: 810.
 AUSON, Rafael: 261.
 AVELLAR SOEIRO, Domingo de: 492.

B

BAENA VALBUENA, Caridad: 173.
 BAEZ LOPEZ, Marta: 880.
 BAGET HERMS, Josep María: 11.
 BALAGUE, Carlos: 615.
 BALDI, Paolo: 812.
 BALL ROKEACH, Sandra: 900.
 BALSEBRE TORROJA, Armand: 12.
 BARCIELA, Fernando: 524, 527, 535, 547.
 BARCON, Joan: 13.
 BARNILS, Ramón: 14.
 BARROSO GARCIA, Jaime: 885.
 BASSETS, Lluís: 15.
 BATALLA, Xavier: 16.
 BAUDHIN, M.: 396.
 BAUDRILLARD, Jean: 514.
 BECER, Jorg: 595.
 BECERRA, Alejandro: 494.
 BECKER, Jorg: 641.
 BECKER, L., y HEMELS, B.: 392.
 BENEYTO, Juan: 542, 544.
 BENITO, Angel: 260, 523, 776.
 BERENGUER, José María: 250.
 BERRIO, Jordi: 17.
 BERTIN, Jacques: 892.
 BLANCO, Juan Manuel: 18.
 BLANCO, Luis, y GONZALEZ MONCLOS, Antonio: 569.
 BLAZQUEZ, Susana: 137, 140, 150, 155.
 BONAL FALGAS, Raimon: 45.
 BONDIA ROMAN, Fernando: 818.
 BONSBACH, Wolfgang: 348.
 BORLIZ, Horacio: 618.
 BORRAT, Héctor: 167.
 BORRERO, J., y Mody, B.: 437.

BOURDIEU, Pierre: 548.
 BRACIER FINCH, Eduardo: 19.
 BRAGA, Nice: 645.
 BRAVO, Julian: 713, 740.
 BUCKLEY, Richard: 139.
 BURGELMAN, Jean-Claude: 454.
 BUSQUETS I GRABULOSA, Lluís: 20.
 BUSTELO, Carlota: 371.

C

CABEZAS, Roger: 130, 145.
 CABRERA, Cristina: 134.
 CAFFAREL, Carmen, y ROMANO, Vicente: 368, 559.
 CALVO HERNANDO, Manuel: 258, 545.
 CAMPO ECHEVERRÍA, Antonio del: 814.
 CAMPO VIDAL, Manuel: 21.
 CAMPOS, Fernando: 138.
 CAMPS, Victoria: 252, 366.
 CANDY, O.: 393.
 CARBO PERSEGUER, Enrique: 22.
 CARRASCAL TRIOLA, Anna María: 23.
 CARREÑO, Orlando, y DIAZ, José Antonio: 362.
 CASADO ESQUINS, Luis: 495.
 CASAS, Quim: 664.
 CASASUS, Josep Maria: 24, 25.
 CASES I PALLARES, Antoni: 26.
 CASTILLA, Adolfo: 363.
 CASTILLA, Adolfo, y CEREZO, Carmen: 629.
 CASTILLO CASTILLO, José: 343.
 CASTRO, Antonio: 604, 608, 614.
 CAZORLA PEREZ, J., y CANO BUESO, Juan B.: 755.
 CEBRIAN HERREROS, Mariano: 603, 764.
 CELMA QUEROL, Joaquín: 741.
 CERVERO, Nieves: 509.
 CHECA GODOY, Antonio: 706.
 CHINCHILLA, Carmen: 825.
 CHU, James y GROSS, Peter: 578.
 COCTEAU, Jean: 833.
 COLL VINENT, Robert: 6.
 COLOME I GARCIA, Gabriel: 27.
 COMA, Javier: 832.
 COMINETTI, Mario: 876.
 COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: 861.
 CONTRACTOR, N., y SINGHAL, R.: 594, 640.
 COOPER, Anne: 574.
 COOPER, T.: 503.
 CORBELLA, Joan M.: 28, 282.
 COSTA DOS SANTOS, María Margarita: 491.
 COSTA, Joan: 742, 744, 766.
 COSTA, Joaquín: 415.
 COSTA, Pere Oriol: 29, 898.
 COSTA I FERNANDEZ, Lluís: 889.
 CRESPO, Luis: 431.
 CUENDE, José M.: 510.
 CUEVAS PUENTE, Antonio: 566.
 CURRAS, Emilia: 875.

D

DABBOUS, Sonia, y AMIN, Hussein: 642.
 DADER GARCIA, José Luis: 247.

DALMASES, Pablo Ignacio de: 30.
 DANIELIAN, Lucj; BRENDLINGER, Nancy, y SHOE-
 MAKER, Pamela: 575.
 DAVARA, Francisco Javier: 705.
 DAZA, Gladys: 593.
 DE FLEUR, Melvin: 900.
 DEL HOYO, Jaime: 330.
 DELCLOS, Tomás: 31.
 DELGADO, Elena: 136.
 DELICADO MONTERO-RIOS, Julio: 172.
 DERVIN, Brenda: 504.
 DIAZ HERNANDEZ, Carlos: 344.
 DIAZ, Lorenzo: 515.
 DIAZ, Miguel Angel: 473.
 DIAZ NOZTY, Bernardo: 567.
 DIEZ MANDINO, Pilar, y DIAZ MANCISIDOR, Alberto:
 648.
 DOLANSKA, P.: 443.
 DOMINGUEZ, Alejandra: 32.
 DOMINGUEZ JUAN, Milagros: 244.
 DOMINGUEZ PERELA, Enrique: 369, 769, 775.
 DRAGO, Chavela: 411, 570.
 DURAN VENTURA, Esteban: 33.
 DVOSKIN, M., y MADRUGA DUARTE, B.: 480.

E

EAPEN, K.: 453.
 EISERT, Sandra: 456.
 EL-BATRIK, Nesma: 507.
 ELEWAINI, Mohamed: 576, 577.
 ELEXPURU, Manuel: 572.
 ENFEDAQUE MORA, Isidro: 34.
 ERVITI, José Luis: 35.
 ESCAMEL BORDY, J. Francisco: 404.
 ESCARIO, Pilar: 364.
 ESPAREA, Elvira: 429.
 ESPIN MARTIN, Manuel: 337.
 ESTEBAN SANTOS, Juan Carlos: 36.
 ESTEVE RAMIREZ, Francisco: 460, 837.

F

FABRE FORNAGUERA, Jaume: 38.
 FABRIS, S.: 849.
 FAGOAGA, Concha: 467, 850.
 FARIÑAS, J., GIL, A., y NARANJO, J.: 434.
 FARRUGGIA, Francesco: 708.
 FATHI, Asghar: 442.
 FAULI, Josep: 39.
 FECE GOMEZ, José Luis: 40.
 FEDERICO, Jorge de: 710.
 FEILITZEN, Celia von: 439.
 FERNANDEZ BEAUMONT, José: 469.
 FERNANDEZ DE CASTRO, Javier: 41.
 FERNANDEZ DEL VADO, Santiago: 752.
 FERNANDEZ SANTOS, Angel: 848.
 FERNANDEZ, Tino: 144.
 FERNANDEZ-CHECA ROY, José Luis: 679.
 FIDLER, Roger: 482.

FIGUERES, Josep M.: 168.
 FLANAGAN SIMONSEN, Catalina: 538.
 FLORES BAO, Francisco: 493.
 FLORES-CARABALLO, Eliut: 587.
 FOLEY, Josep: 643.
 FONT, Doménech: 42.
 FONTCUBERTA, Mar: 4, 43.
 FRANQUET, Rosa: 2, 46, 357, 562.
 FREDERICK, Moward: 582.
 FRUGONE, Juan Carlos: 841.
 FUENTES DEL REAL, Pedro Antonio: 336.
 FUENTES, Eulalia; RECODER, M. J.; ABADAL, E., y
 CODINA, Luis: 400.
 FUENTES PUJOL, María Eulalia: 47, 48, 400.

G

GADEA VILARRUBIAS, José: 49.
 GALDON, Gabriel: 245.
 GALI, Monserrat: 874.
 GALLEGO AYALA, Juana: 50, 166.
 GALLEGO ROMERO, Rafael: 677.
 GAMELLA, Manuel: 1, 283.
 GAMEZ, Enrique: 512.
 GARCIA ALTADILL, Elisabet: 51.
 GARCIA, Angel: 676.
 GARCIA BRERA, Miguel Angel: 470.
 GARCIA BRUSCO, Carlos: 610, 665.
 GARCIA DE DIEGO MARTINEZ: 891.
 GARCIA DE SOLA MARTINEZ, Juan F.: 860.
 GARCIA, Florentino: 525, 536, 540.
 GARCIA GUTIERREZ: 391, 394, 395, 452.
 GARCIA HERNANDEZ, José M.ª: 414.
 GARCIA LLOVET, Enrique: 808.
 GARCIA LOPEZ, Tomás: 430.
 GARCIA MAROTO, Eduardo: 851.
 GARCIA NOBLEJAS, Juan José: 656.
 GARCIA PAZ, Raimundo: 546.
 GARCIA-RAYO, Antonio: 141.
 GARNEAU, George: 485.
 GARRIDO GARCIA-BUSTAMANTE, José Luis: 856.
 GARRIDO LLORT, Albert: 52.
 GASCA, Luis y GUBERN, Román: 823.
 GASCON MARTIN, Felip: 53.
 GATINEAU, Jean-Claude: 711.
 GERSH, Debra: 478.
 GIFREU, Josep: 54, 55.
 GIMENO PERELLO, Javier: 854.
 GINER, Juan Antonio: 300, 658.
 GIORDANO, Eduardo: 142, 153.
 GIRALT MIRACLE, Daniel: 56.
 GOMEZ CASTALLO, José Domingo: 340.
 GOMEZ, Lourdes: 386.
 GOMEZ PALLETE, Felipe: 486.
 GONZALEZ, Armando: 483.
 GONZALEZ BALLESTEROS, Teodoro: 370.
 GONZALEZ BEDOYA, Jesús: 845.
 GONZALEZ IGLESIAS, M.ª Dolores: 135, 267, 619, 620,
 621.
 GONZALEZ LOBO, M.ª Angeles: 712.

GONZALEZ REQUENA, Jesús: 9.
 GORDILLO FIGUEROA, J. René: 498.
 GRACIA NORIEGA, José Ignacio: 520.
 GRACIA SANZ, Jesús: 334.
 GRANGER, José Ramón: 326.
 GREENBERG, Dradley: 436.
 GUBERN, Roman: 57, 561.
 GUERRERO, José: 765.
 GUMPERT, Gory, y CATHART, Robert: 345.
 GURRUTXAGA, Iñigo: 387.
 GUTIERREZ GARCIA, María E.: 58, 59.
 GUTIERREZ LATORRE, Francisco: 37.
 GUTIERREZ, María: 778.
 GUZMAN, Manuel de: 60.

H

HAENNI, Charles S.: 522.
 HEREDERO, Carlos F.: 297, 298, 606, 663, 835.
 HERGUETA, José Antonio, y EXPOSITO, Marcelo: 622.
 HERNANDO, Bernardino M.: 464.
 HERREROS ARCONADA, Mario: 61.
 HOCHHEIMER, John: 646.
 HOLGADO, Jorge: 530.
 HOZ, Enrique de la: 552.

I

IBARRA, Esteban: 373.
 IGLESIAS, Francisco, y VERDEJA, Sam: 7.
 ILLARRAMENDI, Javier: 146.
 INSTITUTO ANDALUZ DE LA SALUD MENTAL: 736.
 IZQUIERDO, Javier: 511.
 JIMENEZ SEGURA, Jesús: 760.

J

JOHNSON, Owen: 440, 441.
 JONES, Daniel E.: 249, 879.
 JURADO-CENTURION, J. L.: 715.

K

KALINA, Vladimir: 444.
 KANDEL, Ragrá A.: 780.
 KIM SOON, Jin: 449.
 KINDELAN JAQUOTOT, Antonio: 786.
 KOTLER, Philip: 597.
 KRIVANKOVA, A.: 447.

L

LA MOYA, Ignacio de: 830.
 LACALLE ZALDUENDO, María Rosario: 62.
 LAFORET, Juan José: 873.
 LAND, Mitchell: 589.
 LARA GARCIA, María Pepa: 817.
 LASAGNI, M.ª Cristina: 809.
 LATORRE, José M.ª: 616.

LATORRE, José M., y ALLER, Luis: 605.
 LEDO ANDIÖN, Margarita: 63, 759.
 LEMA DEVESA, Carlos: 314, 427.
 LEON, José Luis: 178, 410.
 LERA, Emilio: 129.
 LEÑERO, Fernando J.: 476.
 LIMA, Venicio de: 585.
 LOPEZ DE ZUAZO, Antonio: 462, 739.
 LOPEZ GARCIA, Antonio: 212.
 LOPEZ GONZALEZ, Carlos María: 64.
 LOPEZ, Guillermo: 521.
 LOPEZ LOPEZ, Manuel: 65, 325.
 LOPEZ PIÑERO, José María: 171.
 LOPEZ PUMAREJO, Tomás: 826.
 LUTHER, Sara: 586.

M

MACIA MERCADE, Juan: 318.
 MAHAMTIN, Yahia: 781.
 MALEK, Abbas: 581.
 MALLAS CASAS, Santiago: 328.
 MALUMBRES, Juan: 627.
 MANSELL, Robin: 500.
 MARIAS, Julián: 264.
 MARTI MARTI, Josep María: 67.
 MARTIN BARBERO, Jesús: 398, 555.
 MARTIN GIL, Santiago: 528.
 MARTIN MARTIN, Fernando: 865.
 MARTIN OTTO, Enric: 66.
 MARTINEZ ABADIA, José: 890.
 MARTINEZ ALBERTOS, José Luis: 255, 463, 551, 697, 732, 733, 734.
 MARTINEZ ALBERTOS, José Luis; WARREN, Carl, y PIERCE, Robert: 731.
 MARTINEZ Y CARRINAGA, Asunción: 855.
 MATEOS, Patricia: 771.
 MATRAT, Lucien: 497.
 MAXWELL, Richard: 588.
 MAYO, José A.: 435, 678.
 MAZO, Juan Manuel: 560.
 MCDONALD, Daniel: 401.
 MCQUAIL, Denis: 896.
 MIEGE, Bernard: 501, 564.
 MINGUELL, Jordi: 539.
 MIRANDA ESTER, José Carlos: 68.
 MIRANDA, Margarita, y TALADRIZ, Margarita: 378.
 MISERACHS SALA, Pablo: 421.
 MOLINE, Maral: 237, 241, 242, 653, 743.
 MONAR RUBIA, Fernando: 338.
 MONDOL, Harold: 402.
 MONNIER, Claude: 657.
 MONTERDE, José Enrique: 872.
 MONTERO SANCHEZ, María Dolores: 69, 117.
 MONTES, Francisco J.: 738.
 MORA GARCIA, Juan Manuel: 44.
 MORA, Sebastián de: 269.
 MORAGAS SPA, Miquel de: 70, 120, 399, 867.
 MORALES RUIZ, Juan José: 71.
 MORN, Antonio P.: 756.

N

NEGRE RIGOL, Jordi: 74.
 NEUMAIER, John: 448.

O

OBREGON, Laia, y MERCADES, Antonio: 367.
 OCHOTORENA, Juan Miguel: 163.
 ODERMAN, Heinz: 592.
 OGAN, C.: 505.
 OHLENSCHLGER, Karin: 143.
 OREJA, Marcelino: 265.
 ORIVE RIVA, Pedro: 820.
 ORTA SAGALES, Josep: 75.
 ORTEGA MARTINEZ, Enrique: 385.
 ORTIZ CHAPARRO, Antonio: 749.
 OSVALDORA, B.: 445.
 OVEJERO, Rosa: 568.

P

PACO, José de, y RODRIGUEZ, Joaquín: 834.
 PANERO, Jesús: 157.
 PARADELA, Antonia: 680.
 PARDO-ZANCADA, Ricardo: 884.
 PARES I MAICAS, Manuel: 359.
 PARES MAICAS, Manuel: 76, 782.
 PARTEARROYO, Tony: 323, 611.
 PASTOR, Antonio: 600.
 PAWELS, Caroline: 783.
 PEREIRA GARZA, Manuel: 77.
 PEREZ CALDERON, Miguel: 553.
 PEREZ GOMEZ, Angel A.: 424.
 PEREZ MESTRE, Juan Carlos: 78.
 PEREZ RUIZ, Miguel Angel: 159, 296, 626.
 PEREZ TORNERO, José Manuel: 79, 80.
 PERLADO, José Julio: 465.
 PINILLOS, José Luis: 259.
 PINTO MOLINA, María: 246.
 PIVA, Paola: 356.
 PIÑUEL RAIGADA, José Luis: 341, 761.
 PRADO, Emili: 81, 82, 557.
 PRIETO, Sergio: 532.
 PROSS, Harry: 563.

Q

QUEIROZ NAZARETH, Henrique de: 490.
 QUESADA, Montse: 83, 84.
 QUIROS FERNANDEZ, Fernando: 762.
 QUIÑONES, Martín de: 423.

R

RABAT OLIVA, Montserrat: 85.
 RAHMAN, Awatef: 590.
 REARDON, Kathleen K.: 895.
 RECODER SECLARES, María José: 86.
 RELANO, Alfredo: 526.

- RENATO LOPEZ, Andrés: 508.
 RESEARCH, Mori: 479.
 REY, Emilio: 571.
 REY MORATO, Javier del: 466.
 REYES, Javier: 131, 132, 133.
 RICHERI, Giuseppe: 211.
 RIEGO, Bernardol: 768.
 RINEHART, William D.: 477.
 RIOJA, Mariano: 707.
 RIPOLL-FEIXES, Enric: 613.
 RIVA AMELLA, José Luis: 87.
 RIVAS, Rosa: 519.
 ROACH, Colleen: 583.
 ROCA, Joaquín: 747.
 RODRIGO ALSINA, Miquel: 88, 89, 883.
 RODRIGUEZ BRAVO, Angel Andrés: 90.
 RODRIGUEZ JIMENEZ, Victor: 822.
 RODRIGUEZ JIMENEZ, Manuel: 750.
 RODRIGUEZ SANCHEZ, Jesús: 332.
 ROMAGUERA I RAMIO, Joaquín: 748.
 ROMAN ROMAN, Adelaida: 170.
 ROMANO, Vicente: 118.
 ROMEO CASABONA, Carlos M.º: 3.
 ROMERO RUBIO, Andrés: 870.
 RONCAGLIOLO, Rafael: 554.
 ROSELLO DALMAU, Ramón: 816.
 ROSES, María: 753.
 ROSES VILA, Montserrat: 91.
 ROSZAK, Theodore: 859.
 RUBIO LLORENTE, Francisco: 516.
 RUIZ COLLANTES, Francese Xavier: 92, 93.
 RUIZ DEL ARBOL, Antonio: 863.
- R
- SAINZ DE LA MAZA, Jaime: 746.
 SALA NOGUER, Ramón: 94.
 SALGADO, José Antonio: 745.
 SAMPER, Eduardo: 352.
 SAMPER PIZANO, Daniel: 481.
 SAN ANDRES, M.ª Teresa: 550.
 SANCHEZ GUZMAN, Ramón: 350.
 SANCHEZ NORIEGA, José Luis: 426.
 SANCHEZ NORIEGA, José Luis, y URBEZ, Luis: 471.
 SANCHEZ OCAÑA, Ramón: 531.
 SANCHEZ ORTUZAR, Domingo, y VIERA-GALO Q, J. Antonio: 412.
 SANTAINES CIRES, Antonio: 95.
 SANTAMARIA, Joseba: 180.
 SANTAMARIA SUAREZ, Luisa: 468.
 SANTAMARINA VACCARI, Cristina: 342.
 SANZ CARRASCO, Roberto: 96.
 SANZ GORRITI, Iosu: 335.
 SAPERAS, Enric: 97, 98.
 SARRAMONA, Jaime: 126.
 SARRO, Rafael: 311.
 SATUE, Enric: 8, 709, 735.
 SAUNDERS, Robert J.: 888.
 SCHLESINGER, PH., y otros: 829.
 SCHOMMER, Alberto: 772.
- SCHRAFF, Sergi: 99.
 SCHWARZE, Michael: 836.
 SECANELLA, Petra María: 100, 101.
 SEGOVIA, Mercedes: 151.
 SERVAES, Jan: 506.
 SESE, José María: 162.
 SEVILLANO GARCIA, María Luisa: 866.
 SIDDIQI, M.: 644.
 SIGUERO, Manuel; CARLES, J. L.; LOPEZ, Isabel, y LLOP, Francese: 681.
 SINOVA, Justino: 103, 254, 543.
 SNELL, Roderick: 152.
 SOBRINO BLANCO, Miguel Angel: 361.
 SOHN, Ardfth: 882.
 SOLANA, Luis: 263.
 SOLANO FLETA, Luis: 869.
 SONAIKE, Adefemi: 591.
 SOON JIN KIM: 584.
 SORBETS, Claude: 331.
 SORIA, Carlos: 226, 256.
 SOUSA, Mauro Wilton de: 390.
 STRICHARCHUK, Gregory: 474.
 SULLIVAN, Peter: 534.
 SUSPERREGUI ETCHEVESTE, José Manuel: 839.
 SUSSKIND, Robert A.: 484.
- T
- TAKEUCHI, Ikso; IKEDA, K., y GOTO, M.: 347.
 TAVERA I GARCIA, Susana: 165.
 TAYIE, Samy: 346.
 TEJADA PALACIOS, Luis: 104.
 TOBARRA ARIAS, Sebastián: 105.
 TOLEDANO, Miguel Angel: 785.
 TRAQUINA, Nelson: 489.
 TRAVERSE-HEALY, Tim: 488.
 TREFFKORN, Hans: 450.
 TRESFERRAS GAJU, Joan Manuel: 106.
 TRUNECKOVA, Ludmila: 446.
 TUÑON SAN MARTIN, Amparo: 107.
- U
- UCHE, L.: 784.
 URABAYEN, Miguel: 815.
 URRABURO, Joaquín: 529.
 UTRERA MACIAS, Rafael: 852.
- V
- VALERA CASES, Augusto: 108.
 VALLE GASTAMINZA, Félix del: 886.
 VALLS, Josep Francese: 109, 824.
 VAZQUEZ DE PARGA, Margarita: 169.
 VAZQUEZ VALERO, M., y LOPEZ AGUADO, G.: 457.
 VEGA RUIZ, José Augusto de: 422.
 VEIGA, Francisco: 433.
 VELAZQUEZ, Teresa: 110.
 VENTIN PEREIRA, José Augusto: 840.
 VENTURA DRETS, M. D.: 111.

VERGARA LARRAIN, Carmen: 714.

VERON, Eliseo: 864.

VERSTRAETEN, Hans: 403.

VICENTE, Carles: 432.

VICENTE IDOYAGA, José: 763.

VIGNAU MIRO, Alfonso: 777.

VILADOT I FRESAS, Albert: 112,; 862.

VILCHES, Lorenzo: 113, 881.

VILLAGRASA SEBASTIAN, José María: 114.

VILLARES, M.ª José: 537.

VIOQUE LOZANO, Juan: 127.

VIRSEDA, Francisco: 787.

VIVES, Luis: 240.

VOLPINI, Federico: 417.

VOLTES BOU, Pere: 115.

W

WANG, Wolfgang: 349.

WEAVER, D., y WILHOITK, C.: 451.

WEICHENBERG, S.: 229.

WEINRICHTER, Antonio: 607, 609.

WILLIAMS, Rosalind: 773.

WILSON, George W.: 475.

WITE, Eberhard: 502.

WOLF, Mauro: 214, 565.

X

XIFRA HERAS, Jordi: 116, 496.

Y

YAGUE, Antonio: 125, 174, 413.

YONNET, Paul: 846.

Z

ZALLO, Ramón: 556.

ZELDIS MENDEL, León: 847.

ZUNZUNEGUI, Santos: 871.