

iliana de la teja a.,  
maría guadalupe ferrer a.

teoría de los medios de  
comunicación y de información  
masiva en méxico  
(hemerografía)\*

I. Aspectos generales

1. ADORNO (T. W.), "La Televisión Como Ideología", **Nueva Política**, México, vol. I, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 5-16.

Se estudia el contenido de 34 telecomedias a partir del análisis de sus guiones, sin perder de vista la forma como se hacen los programas, a fin de apreciar los efectos de éstos en los espectadores.

2. ATWOOD, L. Erwin and Keith R. Sanders, "Perception of Information Sources and Likelihood of Split Ticket Voling", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 52, no. 3, otoño, 1975, pp. 421-428.

Contrariamente a lo sostenido por la ideología de la nueva política, se espera que los medios impresos produzcan una campaña electoral más fuerte que en la televisión.

3. BOUKARAA, R., "Urbanisation, Communication de Masse et Systeme Social", **Revue Tunisienne de Sciences Sociales**, vol. 8, no. 26, septiembre, 1971, pp. 21-78.

\* Los artículos de esta hemerografía se presentan en dos apartados: el primero contiene aspectos generales (fichas 1-52) y el segundo sobre México (fichas 53-71); pueden localizarse y obtenerse a través del Centro de Documentación de la Facultad.

La comunicación masiva se ve afectada por la forma de urbanización de una sociedad, dado que los grupos que viven en la periferia no son afectados de la misma manera que aquellos que viven en el centro. Contiene estadísticas y tablas.

4. BRYANT, Barbara E., Frederick, P. Currier & Andrew J., Morrison, "Relating Life Style Factors of Person to his Choice of a Newspaper", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 53, no. 1, primavera, 1976, pp. 74-79.

El contenido de cualquier diario debe elaborarse de acuerdo a una encuesta aplicada para conocer los intereses personales, actividades y actitudes individuales. Contiene estadísticas.

5. CADE, R., "Lasswell's Three Functions: Toward a Theory of Mass Communication", **The Southern Quarterly**, vol. 14, no. 1, octubre, 1975, pp. 41-52.

Las analogías que Lasswell encuentra entre la sociedad y las funciones biológicas de los animales inferiores, son analizadas a la luz de experimentos, encontrando que algunos puntos de dicha teoría no son válidos.

6. CONWAY, M., et al., "The Relation Between Media use and Children's Civic Awareness", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 52, no. 3, otoño, 1975, pp. 531-538.

Un estudio en niños de primaria revela que éstos mantienen tanto interés en la prensa como en las noticias televisadas.

7. SMITH, D. M., "Mass Media as a Basis for Interaction: An Empirical Study", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 52, no. 4, invierno, 1975, pp. 44-49.

Un estudio de campo revela que los medios masivos de comunicación juegan un papel distinto para niños con IQ elevado que aquellos de más bajo IQ.

8. DE MORAGAS y Spa', M., "La Comunicación de Masas y La Semiología", **Revista Española de Opinión Pública**, Madrid, no. 34, octubre-diciembre, 1973, pp. 189-215.

El autor considera en este artículo que el uso del método semiótico es indispensable para aquellos que se interesan en la naturaleza y efectos de la comunicación de masas desde el punto de vista sociológico y ofrece un método general.

9. DIVALE, W., "Newspapers: Some Guide Lines for Communication Anthropology", **Human Organization**, Washington, vol. 35, no. 2, verano, 1976, pp. 183-191.

Este trabajo señala, con datos estadísticos, que los periódicos

---

son un medio de canalización de la información con un 80 por ciento de efectividad. Se discute cómo pueden ser organizados los periódicos.

10. EDGARD, P., "Directions in Mass Communications Research, **The Australian and New Zealand Journal of Sociology**, vol. 11, no. 2, June, 1975, pp. 21-27.

Se discuten los usos y direcciones que han tomado algunos investigadores de la comunicación masiva, considerando que los modelos de investigación actuales son inadecuados, porque no expresan la naturaleza dialéctica del proceso de construcción real ni el papel interpretativo del individuo activo en la sociedad.

11. EISELEIM, E. B. & Martin T., "A Brief History of Media Anthropology", **Human Organization**, Washington, vol. 35, no. 2, summer, 1976, pp. 123-134.

Se examinan los cuatro medios de información más comunes (impresos, films, radio y televisión) desde una perspectiva histórica, encontrando que es difícil desligar a los antropólogos del estudio de los medios de comunicación.

12. EISELEIM, E. B. & Martin Topper, "Media Anthropology: A Theoretical Framework, **Human Organization**, Washington, vol. 35, no. 2, 1976, pp. 113-121.

En este artículo se identifican algunos puntos de articulación entre la comunicación y la antropología; asimismo el autor considera el problema del estudio del medio a través de corrientes etnográficas.

13. ESCUDERO Y., Ma. Teresa, et al., "Los Niños y los Programas Infantiles de Televisión", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XIX, no. 74, octubre-diciembre, 1973, pp. 25-28.

La influencia de la televisión en los niños y sus efectos. El adoctrinamiento cultural que padecen los infantes a través de dicho medio.

14. ESSLIN, M., "El Impacto de la Televisión: Mito o Realidad", **Nueva Política**, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 27-36.

Las afirmaciones apocalípticas sobre la televisión necesitan ser examinadas para tratar de descubrir las pruebas en que se basan. Hasta ahora ningún método resulta satisfactorio para medir el efecto que causa la televisión en los espectadores.

15. ESTEVA, G., "El Estado y los Medios: Los Medios del Estado y los Fines de los Medios", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 37-53.

Se sugieren los elementos que debe seguir una política de comunicación para corregir su falta de correspondencia con las prioridades de la sociedad en su conjunto.

16. FELSTEHAUSEN, Herman, "Conceptual Limits of Development Communications Theory", **Sociologia Ruralis**, vol. 13, no. 1, 1973, pp. 39-54.

Este estudio presenta dos limitaciones de las teorías de la comunicación: los ejemplos y analogías que se aplican solamente en sociedades poco desarrolladas, además los modelos empleados no fueron los adecuados y no existían pruebas.

17. FINDAHL, Olle & Brigitta Höijer, "Effect of Additional Verbal Information on Retention of a Radio News Program", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 52, no. 3, otoño, 1975, pp. 493-498.

La repetición y reformulación en la radio aumenta la retención del receptor, sin embargo la cantidad de repetición no es proporcional a los efectos producidos.

18. GAIL M., Martin, "The Social Component in Communications Policy Research", **Gazette**, Amsterdam, vol. XXII, no. 1, 1976, pp. 18-26.

La investigación sobre la comunicación debe incluir consideraciones sociales y no meros términos económicos o técnicos, pues "los sistemas de comunicación pueden determinar, en gran medida, el modo y grado de los intercambios posibles entre los grupos e individuos".

19. GODED, Jaime, "La Investigación Científica de la Comunicación", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XXI, no. 79, enero-marzo, 1975, pp. 13-26.

Metodología para iniciarse en la investigación científica de la comunicación.

20. GONZÁLEZ REYNA, Susana, "La Comunicación Persuasiva Como Instrumento para el Cambio de Opiniones", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XX, no. 76, abril-junio, 1974, pp. 5-13.

Análisis de los conceptos "comunicación general", "comunicación pasiva" y "liderazgo", considerados factores trascendentales para el proceso de formación y cambio de opiniones.

21. GRITTI, Jules, "Modelos de Comunicación desde el Punto de Vista de la Iglesia", **Cuadernos de Comunicación**, México, año 1, no. 4, octubre, 1975, pp. 12-19.

La necesidad de la Iglesia de adaptarse a las circunstancias particulares de tiempo y lugar la conducen a hacer un escrutinio de los problemas de la comunicación. Una teología de comunicación interna de la Iglesia.

22. GRUNIG, James E., "Three Stopping Experiments on the Communication of Science", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 51, no. 3, otoño, 1975, pp. 387-399.

Más que el modo en que se presenta el argumento, importa estudiar si el contenido permanece o no en la mente del lector para su análisis posterior.

23. GUTIÉRREZ VEGA, Hugo, "Comunicación de Masas; Teorías y Proposiciones", **Cuadernos de Comunicación**, México, año 1, no. 4, octubre, 1975, pp. 20-21.

Los objetivos principales que deben perseguirse en la nueva comunicación social son los siguientes: convertir al pueblo en protagonista de los medios de comunicación, en gestor de sus propios mensajes, y convertir a los medios en organizadores de la movilización social.

24. GUTIÉRREZ VEGA, Hugo, "Observaciones Sobre el Cine, la Radio, la Televisión y las Historietas Cómicas", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XIX, no. 74, octubre-diciembre, 1973, pp. 5-11.

"...Reflexiones sobre la historia del cine, la radio y la televisión y ...sobre los efectos sociales causados por esos influyentes medios de comunicación de masas."

25. HEMANUS, Pertti, "Propaganda and Indoctrination: a Tentative Concept Analysis", **Gazette**, Amsterdam, vol. 20, no. 4, 1974, pp. 215-223.

En este artículo el autor considera la propaganda en términos de "dominación" y al adoctrinamiento como una manipulación.

26. HERNER, Irene, "El Museo y la Historieta", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XX, no. 76, abril-junio, 1974, pp. 51-62.

Análisis socio-político del surgimiento del coleccionismo; del arte individual a la cultura de masas: evolución de las historietas populares.

27. HERNER SCHMELZ, Irene, "Tarzán, el Hombre Mito", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XIX, no. 74, octubre-diciembre, 1973, pp. 29-35.

La autora presenta un análisis del personaje de Tarzán, como un ejemplo de la fantasía dependiente "de la estructura mental, económica y cultural que la forjó, reflejo de una época, de una sociedad y de un hombre".

28. HERRERA, E., "La Estructura de la Infraestructura", **Pensamiento Político**, México, vol. 1, no. 1, mayo, 1969, pp. 91-106.

Las intervenciones del Estado en el dominio educativo y sobre los medios de comunicación de masas: prensa, radio y televisión.

29. IBARRONDO, Edna R., "Algunas Dificultades Iniciales en el Tratamiento Electrónico del Léxico Periodístico: Dudas de un Auxiliar de Investigación", **Revista Mexicana de Sociología**, México, vol. 36, no. 4, octubre-diciembre, 1974, pp. 859-867.

El autor investiga si los medios de difusión son portadores de las esperanzas crecientes a partir del periódico **Excelsior**, su público lector, su circulación, lenguaje empleado (vocabulario, sintaxis, semántica), actividades de los lectores, etcétera.

30. KASEK, M. & Klempe, V., "La Información Económica en la Prensa, la Radio y la Televisión", **El Periodista Demócrata**, Praga, no. 11, 1976, pp. 20-24.

Sobre la comunicación social y la circulación de las informaciones y de cómo la información económica constituye un testimonio en donde el destinatario puede ser condicionado para prever y orientar su reacción en la dirección deseada.

31. KELLNER, Hella, "Television as Socializing Factor", **EBU Review**, Ginebra, vol. XXVII, no. 6, noviembre, 1976, pp. 16-21.

Se presentan aquí los primeros resultados de un estudio sobre los efectos en los espectadores de la violencia televisada. La investigación se hizo sobre la observación diaria de niños menores de 14 años pertenecientes a 35 familias de Frankfurt.

32. LEE, Robert E., "Broadcasting via Satellite", **EBU Review**, Ginebra, vol. XXIV, no. 3, mayo, 1973, pp. 21-23.

Los satélites y los medios de comunicación.

33. MARCOS E., P., "Estado, Concesiones, Monopolio", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, 1976, pp. 249-263.

El presente artículo intenta contribuir al planteamiento histórico y político de participación de los empresarios de radio y televisión en la toma de decisiones políticas del Estado.

34. MARLER, Peter, "Learning, Genetics, and Communication",

**Social Research**", New York, vol. 40, no. 2, verano, 1973, pp. 293-310.

El artículo analiza dentro de la teoría de la comunicación el proceso de aprendizaje.

35. MARTY, Martin E., "The Mass Media and The Human Condition: World, Play and Ego", **Communication**, París, vol. 1, no. 2, diciembre, 1974, pp. 223-231.

Se discute una teoría de comunicación con base a las ideas (también analizadas) de Ortega y Gasset, Johan Huizinga y John Crosby sobre los "mundos", "juego" y "ego", respectivamente.

36. MATTELART, A., "El Control de los Medios: Una Nueva Batalla", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, 1976, pp. 55-61.

El interés de las firmas multinacionales por apoderarse del control de los medios de información versa principalmente en la obtención del predominio sobre los mercados de la pedagogía audiovisual.

37. MICHEL, Manuel, "La Televisión, ¿Ventana al Mundo o Caja Idiota?", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XX, no. 76, abril-junio, 1974, pp. 19-30.

Estudio sociológico de la televisión como modificadora de la conciencia social, la cultura y la comunicación.

38. MOLINA, Silvia, "Apuntes sobre la Propaganda", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XX, no. 76, abril-junio, 1974, pp. 13-18.

La propaganda enajenadora y la concientizadora dentro del marco histórico y las perspectivas actuales.

39. MULLER, Herbert J., "Some Questions About the Peculiar Problems of Communications Today", **Communication**, París, vol. 1, no. 2, december, 1974, pp. 169-192.

Se tratan los problemas de la comunicación actual, en general, y se indica que la comunicación masiva ha generado una nueva cultura que implica el desarrollo de una sensibilidad moral para enfrentarnos a ella.

40. MURDOCK, Graham, "The Sociology of Mass Communications and Sociological Theory", **The Australian and New Zealand Journal of Sociology**, Nueva Zelanda, vol. 11, no. 2, junio, 1975, pp. 27-30.

El autor considera que la investigación referente a la comuni-

cación y sus relaciones políticas es incompleta, pues sólo se limita a aspectos "políticos" con base al modelo del sistema de la comunicación masiva, sin embargo omiten la estructura social en la que se encuentran inmersos.

41. PAWLEY, Edward, "Through a Glass Darkly: Some Glimpses of Technical Trends and Their Effect on Broadcasting", **EBU Review**, Ginebra, vol. XXIV, no. 3, mayo, 1973, pp. 14-20.

Los efectos de la tecnología en los medios de difusión.

42. PETERMAN, Franz, "Modelle der Massenkommunikations Foshung", **Kölner Zeitschrift für Soziologie Und Sozialpsychologie**, vol. 28, no. 1, abril, 1976, pp. 70-84.

El autor opina que la investigación sobre comunicación masiva debe sistematizarse y especificar sus metas, pues la gran cantidad de material que existe sobre el tema sólo se limita a la descripción y no a la explicación.

43. PISANTY DE ALDUCIN, Julieta, "Nuevos Enfoques Sobre el Arte y la Cultura, Según la Teoría de la Comunicación", **Cathedra**, México, no. 4/5, junio, 1976, pp. 163-177.

Se afirma que la teoría de la comunicación puede considerarse promotora del cambio social.

44. PISAREK, W., "La Prensa, la Radio, la Televisión: División del Trabajo", **El Periodista Demócrata**, Praga, no. 11, 1976, pp. 1-6.

El presente artículo estudia "la división de la misión común de los medios de comunicación masivos a través de estos 3 canales", no así la concreta división del trabajo entre los diversos grupos, redacciones o editoriales.

45. "Politique de la Communication", **Fiej Bulletin**, París, vol. 27, no. 106, octubre, 1975, pp. 38-41.

La mayoría de los "políticos del mundo libre" recurren más a los medios electrónicos que a la prensa para asegurar su imagen y poder, pues éstos les brindan una influencia decisiva en las campañas políticas. De tal suerte que la investigación de la comunicación no debe perder de vista las posibilidades políticas de los medios electrónicos.

46. RICHARD P. Nulsen and Angela B. Nulsen, "A Generalized Media Attitude Model", **Journalism Quarterly**, Minnesota, vol. 52, no. 4, invierno, 1975, pp. 225-238.

Cuando se incluye la "sanción social", como una variable del modelo de credibilidad de los medios, se aclara el poder de éstos en su relación con los individuos.



47. SANCHEZ HERRERO, S., "Comercialización e Interés Social", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, 1976, pp. 215-236.

En este artículo se propone una política que aleje del modelo comunista a los medios de información, favoreciendo, en cambio, la "conciencia nacional" y ampliando las posibilidades educativas.

48. SLAMA-CAZACU, Tatiana, "La Comunicación y el Proceso Laboral", **Revista Mexicana de Sociología**, México, año XXXVI, no. 4, octubre-diciembre, 1974, pp. 695-708.

Acerca de la influencia que tiene la mano de obra sobre la comunicación y a su vez el papel que desempeñan el lenguaje y la comunicación en "el proceso del trabajo que se realiza como una actividad colectiva en equipos".

49. SOTRES MORA, Bertha Eugenia, "La Cultura de los Comics", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XIX, no. 74, octubre-diciembre, 1973, pp. 13-17.

Un análisis del contenido de los "comics", pasando de su papel de diversión para llegar a su trasfondo ideológico.

50. URIBE VILLEGAS, Óscar, "Lo Formal y lo Real: Posibilidades y Peligros para la Sociolingüística", **Revista Mexicana de Sociología**, México, año XXXVI, no. 4, octubre-diciembre, 1974, pp. 709-721.

Muestra algunas incitaciones que obran sobre la sociolingüística en forma directa, o a través de la lingüística practicada al modo tradicional.

51. WIDMER, Kingsley, "Sensibility Under Technocracy: Reflections on the Culture of Processed Communications", **Arts in Society**, vol. 9, no. 2, verano-otoño, 1972, pp. 215-230.

"Los media no pueden evitarse", y ejemplo de ello son los noticieros por televisión que, a pesar de sus deficiencias y defectos, son esperados y vistos aun por los intelectuales con una "casi religiosidad". El autor considera que esa relación en la que dominan los medios es perniciosa y debe buscarse una solución

52. WILLIAMS, Ederyn, "Medium of Message: Communications Medium as a Determinant of Interpersonal Evaluation", **Sociometry**, New York, vol. 38, no. 1, marzo, 1975, pp. 119-130.

Un experimento hecho con personas que dialogan a través de distintos medios, teléfono, televisión de circuito cerrado y cara a cara, demostró que cuando se apreciaban los gestos y

ademanos de la persona, la información suministrada se captaba mejor que cuando no se percibía su imagen.

## II. México

53. ALEMÁN VELASCO, M., "El Estado y la Televisión", **Nueva Política**, México, año 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 193-200.

El autor trata de determinar cómo debe ser la televisión mexicana. Puesto que no todos los pueblos tienen un grado uniforme de desarrollo económico, social y cultural, ni las mismas necesidades o problemas.

54. AMANN ESCOBAR, R., "La Información Televisada, ¿Reflejo o Causa de la Socialización?", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XXI, no. 79, enero-marzo, 1975, pp. 5-12.

En la televisión se analiza el poder de información como poder político supeditado a intereses de la clase social que detenta el poder; así México cae en la dependencia ideológica transmitida por la dependencia informativa.

55. BERKSTEIN KANAREK, S., "El Informe Presidencial y la Opinión Pública", **Pensamiento Político**, México, vol. 14, no. 53, septiembre, 1973, pp. 27-36.

El rol de este reporte anual como clave del sistema de información en vigor en la democracia mexicana.

56. BERLO, David K., "El Proceso de la Comunicación", **Cuadernos de Comunicación**, México, año 1, no. 4, octubre, 1975, pp. 53-58.

Los propósitos de la comunicación, capítulo de la obra **El proceso de la comunicación**, escrita por Berlo en 1960. Transcripción de dicho texto.

57. COLE, R. R., "The Mexican Press System: Aspects of Growth, Control and Owner-Ship", **Gazette**, Amsterdam, vol. 21, no. 2, 1975, pp. 65-81.

México viene a constituir una excepción en América Latina en la medida en que los periódicos son relativamente libres.

58. CREMOUX, R., "Testimonios (III)", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 192.

La educación televisiva asegura la sumisión de los marginados y permite continuar e incrementar el sistema capitalista. Plaza Sésamo como claro ejemplo.

59. "CULTURA y Comunicación de Masas", **Revista Mexicana de**

**Ciencia Política**, México, vol. 20, no. 76, abril-junio, 1974, pp. 5-79.

Número especial. Ver: GONZÁLEZ REYNA, S., "La Comunicación Persuasiva como Instrumento para el Cambio de Opiniones"; MOLINA, S., "Apuntes Sobre la Propaganda"; MICHEL, M., "La Televisión, ¿Ventana al Mundo o Caja Idiota?"; AMANN ESCOBAR, R. "Aspectos Técnicos y Didácticos de los Medios Audiovisuales"; PINTO MAZAL, J., "Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva en México"; HERNER, I., "El Museo y la Historieta"; HERNÁNDEZ MICHEL, S., "Determinación y Delimitación del Tema de Investigación"; GUTIERREZ CHAVERO, R., "La Cibernética como Ciencia del Control y la Comunicación"; FERRER R., E., "Comunicación y Publicidad".

60. DELHUMEAU, A., "Historia Cómica de la Tragedia", **Revista Mexicana de Ciencia Política**, México, año XIX, no. 74, octubre-diciembre, 1973, pp. 19-23.

Ún análisis de las historietas mexicanas que se proponen nuevos valores "entre el populismo manipulativo y una más asumida conciencia popular extrapólandolo a los 'comics' de norteamericanos".

61. FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., "La Industria de Radio y Televisión. Gestación y Desarrollo", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 237-248.

La reseña histórica de la radiodifusión en México permite a la autora afirmar que "el reciente debate en torno al papel del Estado encuentra su fundamento en el obregonismo y su origen en el porfiriato".

62. GRANADOS CHAPA, M. A., "En Busca del Tiempo Perdido", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 223-236.

El autor presenta sus reflexiones políticas sobre los intentos de participación del Estado mexicano en la televisión a través de una perspectiva jurídica y de su estructura administrativa.

63. GONZÁLEZ PEDRERO, E., "Televisión Pública y Sociedad", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 181-190.

El autor considera que la ciencia y la técnica pueden ser puestos al servicio de cualquier fin, así "la televisión, no es por sí misma ni buena ni mala, sino un medio muy eficaz que eleva el mensaje que nosotros queremos o sabemos enviar";

por lo tanto, depende de nosotros que este medio se convierta en un instrumento positivo de transformación social.

64. GUTIÉRREZ VEGA, H., "Televisión, Consumo e Ideología", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 201-208.

Utilizando una técnica descriptiva para "analizar algunas de las características esenciales de la televisión privada mexicana", el autor considera que ésta, "concebida como negocio, mantiene estrecha coherencia con el capitalismo primitivo y el desarrollismo característicos de una larga etapa de vida política y económica del país".

65. "L'INDUSTRIE Editoriale", **Comercio Exterior de México**, México, diciembre, 1973, pp. 38-51.

Estado de la producción, de la importación y de la exportación de libros en México y de la situación mundial en este sector.

66. JIMÉNEZ DE OTTALENGO, R., "El Periódico como Medio de Comunicación Colectiva y su Estudio Interdisciplinario", **Revista Mexicana de Sociología**, México, vol. XXXV, no. 3, julio-septiembre, 1974, pp. 615-628.

Estudios teóricos sobre los medios de comunicación. El lenguaje escrito y el mecanismo de recepción. El periódico, su enfoque interdisciplinario. Pequeño esbozo de la prensa en México.

67. JIMÉNEZ DE OTTALENGO, R., "Un Periódico Mexicano, su Situación Social y sus Fuentes de Información", **Revista Mexicana de Sociología**, México, vol. XXXVI, no. 4, octubre-diciembre, 1974, pp. 767-806.

Intenta mostrar cuáles son las fuentes de información de los periódicos diarios de México, y el papel que desempeñan los medios de información en los países subdesarrollados.

68. JIMENEZ DE OTTALENGO, R. & Paulin de Seade, G., "La Comunicación Colectiva en México y la Dependencia", **Revista Mexicana de Sociología**, México, vol. XXXIV, no. 3-4, julio-septiembre, 1972, pp. 595-610.

Papel que la comunicación colectiva desempeña en los países dependientes.

69. LOZOYA, J., "El Estatuto de la Radio y la Televisión", **Nueva Política**, México, vol. 1, no. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 209-214.

El régimen legal de los medios públicos de información está

acorde al régimen político de un país; así lo demuestran los modelos que imita la televisión comercial mexicana, que acentúan la colonización ideológica y el deterioro de la conciencia nacional.

70. SÁNCHEZ LÓPEZ, V., "El Futuro de la Teleinformática en México", **Informática**, México, no. 11, junio, 1976, pp. 5-7.

El proceso de la información a larga distancia.

71. TORRES, B., "Comunicaciones", **Impacto**, México, no. 1 378, 28 julio, 1976, pp. 20-25.

Las redes nacionales de comunicación y su contribución al desarrollo del país.