

Índice General

Introducción	11
I. El neoliberalismo informativo y la caída de los monopolios estatales	19
1.1. El proceso de liberalización de las telecomunicaciones como punto de partida	19
1.2. Consecuencias para los medios de comunicación	32
1.3. El papel del Estado.....	41
1.4. ¿Libertad individual o tutela estatal?.....	51
1.5. Regulación del ciberespacio.....	63
1.6. La propiedad intelectual en el ciberespacio.....	71
1.7. La ética y el derecho a la intimidad	76
Notas al capítulo I.....	81
II. Los informadores: entre la vigilancia y las presiones	87
2.1. El dominio de la tecnología.....	87
2.2. Las presiones del mundo informativo y de la propia empresa periodística	99
2.3. El periodista como sujeto promotor de intereses ajenos a la comunicación	105
2.4. La realidad forzada ante el sesgo ideológico del profesional	117
2.5. El uso incorrecto del lenguaje.....	122
2.6. Desconocimiento del marco normativo del trabajo periodístico ...	138
2.7. Carencia de un estatuto específico para la profesión	149
Notas al capítulo II	162
III. Las bases ideológicas del sistema neoliberal de medios	173
3.1. La presión de la empresa para imponer la versión institucional de los acontecimientos	173

3.2. La manipulación interesada de las fuentes	183
3.3. El Estado frente a los medios de comunicación: del intervencionismo a la connivencia	185
3.4. El liberalismo informativo: primacía del mercado <i>versus</i> servicio al público	199
Notas al capítulo III.....	202
IV. Los contenidos informativos: mercancías ideales para la nueva economía.....	206
4.1. La consideración de la información como mercancía.....	206
4.2. Predominio de los fines mercantiles en la empresa informativa.....	214
4.3. La tenaza publicitaria	223
4.4. La nueva economía incrementa la concentración de la actividad informativa	233
Notas al capítulo IV.....	243
Referencias bibliográficas.....	248