

INDICE

Introducción	11
Cap. 1. Doctrina y practica de la equidad informativa Fidelidad y grado de concertación del publico, 15. El derecho de defensa, 16. Cuando el fondo se convierte en forma, 17. Proporcionalidad del medio empleado, 18. Actualización como práctica del practica del equilibrio, 19. Mentir con los títulos, 19. Autorregulación o imposición legal, 20. Investigación periodística, proceso judicial, 21. El debido proceso periodístico, 22. Cone l mismo rasero, 23	15
Cap.2. Manipulación del medio informativo por los grupos de presión El núcleo y sus ramificaciones, 25. Lo parámetros y el contexto, 26. La prueba de los límites, 27. El compromiso biológico, 29. El séptimo circulo, 29. La hipnosis de la novedad y el conflicto, 30. Manipulación mutua, 32. El escorzo y el contexto, 33. El rito de la conferencia de prensa, 35. El marco de referencia, 36. Naturas y salamanca, 36. Mercadotecnia, nichos, preferencias, 37. Quien debe dar el ejemplo, 39. buscar aliados para defenderse solo, 40	25
Cap.3. Prensa institucional y prensa comercial Subsidio contra votación, 41. El periodismo contestatario, 42. El anuncio es una noticia, 43. El anuncio puede mentir, 44. El punto de equilibrio, 45. Informar y vender lanolina, 47. Las convenciones publicitarias, 48. información, publicidad y propaganda, 49	41
Cap. 4. La prensa como grupo de presión Relación entre ética y tamaño y estructura del capital, 51. Un ideario común, 54. La colisión de interese, 56. ausentes, estadísticas o entrometidos, 58	51
Cap.5. El derecho a la intimidad Interés público y vida privada, 63. Mentir a sabiendas, 65. Los límites de acción de la prensa, 65. reglas, 66	63
Cap.6. El secreto de la fuente Libertad y responsabilidad, 73. La excepción y la regla, 74. Limites, no excepciones, 75. El derecho a saber, 76. Quien asumen la responsabilidad, 77. La delicada relación periodista-fuente, 78. La obligación de revelar la fuente, 80. Normas éticas o reglas de sentido común, 81. El secreto del procedimiento, 82	73
Cap.7. Los riesgos del periodista Mario y Pedro, 85. La seguridad personal y ética profesional, 87. La crisis económica, 88. Las consagradas formas de compromiso. 90. el turismo periodístico, 91	85
Cap. 8. La experiencia de la prensa política en América Central	95
Cap. 9. Cuando se publica lo que no se debe Estimulo y selección de impulsos informativos, 103. Los intereses propios, 104. Monopolio y oligopolio, 105. el periodismo agorero, 106. La textura y la sensualidad, 107. Uniformidad y despersonalizada del estilo, 108 el abandono de las recetas, 108	103
Cap.10. Cuando nos e publica que se debe El periodista escoge, no censura, 112. los limites, 113. Degradación y honor del cuerpo destrozado, 114. La zona gris y el lato contraste, 115	111

Cap.11. Las delicadas relaciones entre la prensa y el poder	
Modelo democrático para armar, 119. Todas las dimensiones del fruto, 120. El procurador de la sociedad y de la persona, 121. El cuarto poder, 122. Un caso para estudio, 123. El poder y le autocontrol, 126	119
Índice onomástico	129
Índice analítico	131