

MODESTO SAAVEDRA LÓPEZ

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN
EN EL ESTADO DE DERECHO

Entre la utopía y la realidad

EDITORIAL ARIEL, S. A.
BARCELONA

ÍNDICE

<i>Introducción</i>	9
Notas	15
I. <i>La libertad de los medios de comunicación de masas y su naturaleza política</i>	
1. Las libertades de los medios de comunicación	17
2. Los textos jurídicos fundamentales	22
3. La comunicación de masas y los medios de comunicación de masas	25
4. Funciones y efectos de los MCM	27
Las funciones de los medios	29
Los efectos de los medios	40
Notas	49
II. <i>Visión normativa de los medios de comunicación de masas. La teoría democrático-liberal de la libertad de prensa</i>	
1. La democracia liberal y la prensa	57
2. Los clásicos de la libertad de prensa	59
3. La libertad de prensa como libertad frente al Estado	65
4. Consecuencias de la libertad de prensa para los MCM	69
Notas	73
III. <i>Visión sociológica de los medios de comunicación de masas. Hacia la comercialización y el monopolio de la prensa</i>	
1. De la libertad de prensa a la prensa comercial	77
2. Las primeras críticas socialistas a la prensa comercial	83
3. La evolución de la prensa desde mediados del siglo XIX	86
4. El síndrome de la prensa comercial	88
5. Excurso sobre el carácter ideológico de la libertad burguesa	90
Notas	93

IV.	<i>Nueva visión normativa de los medios de comunicación de masas: la función social de la prensa</i>	97
1.	La teoría de la responsabilidad social de la prensa ..	98
2.	La complejidad de la teoría de la responsabilidad social	106
3.	Las normas relativas a la publicación y al ejercicio de la profesión periodística	109
4.	Las normas relativas a la institución	114
	La regulación en clave social de la libertad comercial de prensa	115
	El servicio público de la radiotelevisión	120
	Notas	127
V.	<i>Los modelos típico-ideales de radiodifusión y televisión</i> ..	131
1.	La radiotelevisión como monopolio público	131
2.	El modelo competitivo de radiotelevisión	135
3.	Los modelos mixtos de radiotelevisión	138
4.	El modelo democrático-participativo de radiotelevisión	140
	Notas	147
VI.	<i>La revisión sociológica de los medios de comunicación de masas. La comunicación de masas como espectáculo</i> ...	149
1.	El necesario cuestionamiento de la labor legitimadora de los medios	149
2.	Los obstáculos internos a la comunicación a través de los medios	153
3.	Los obstáculos externos a la comunicación a través de los medios	161
	Notas	165
VII.	<i>Los medios de comunicación de masas y la comunicación legitimadora</i>	169
1.	La legitimidad a través de la comunicación	169
2.	La comunicación legitimadora y la comunicación de masas	179
3.	Los medios de comunicación de masas y la democracia política	183
4.	Entre la utopía y la realidad	189
	Notas	193