

## INDICE

<b>1. Los Géneros Informativos en la Información Audiovisual</b>	1
<b>1.1. El Registro Informativo</b>	1
1.1.1. Las retransmisiones en directo	1
1.1.2. Connotaciones simbólicas del directo y del diferido en TVE	2
1.1.3. El diferido	3
<b>1.2. La Encuesta</b>	4
1.2.1. La encuesta televisiva y el cine�ma verit�e	5
1.2.2. La radiotelevisión contemporánea o la adulteración del género	6
<b>1.3. La noticia Audiovisual</b>	6
1.3.1. Las dos aceptaciones de la noticia audiovisual	6
1.3.2. La redacción de informativos como “caja negra”	7
1.3.3. Características de la noticia audiovisual	8
1.3.4. El formato de la noticia audiovisual	8
1.3.5. Estructura de la noticia audiovisual	8
1.3.6. Elementos que intervienen en la combinatoria de la noticia audiovisual	9
1.3.7. La motivación de la noticia audiovisual	10
1.3.8. Normas para elaborar una noticia audiovisual	11
1.3.9. la noticia audiovisual como proceso	12
1.3.10. Noticia directas y de creación	12
1.3.11. Tipología de la noticia (noticiassoft, hard y blank)	12
1.3.12. Otros tipos de noticias	13
1.3.13. La estructura dramática y el final de la noticia audiovisual	14
<b>1.4. La noticia Radiofónica</b>	15
1.4.1. Las propiedades de la palabra en la información radiofónica	15
1.4.2. La voz en la noticia radiofónica	16
1.4.3. Las tres dimensiones del “acto de hablar” en la radio	17
1.4.4. La voz y la personalidad de los locutores de radio	17
1.4.5. Los estilos personales y la “est�tica del error”	17
1.4.6. Autoimagen y calidad	19
1.4.7. La oralidad en la información radiofónica	20
1.4.8. Escribir para la radio	21
1.4.9. Escribir para la radio	21
1.4.10. la radiogenia o expresión racial de la radio	22
1.4.11. Principios de la creación informativa en radio	22
1.4.12. La redacción de una noticia para radio	24
1.4.13. Oralidad y silencio en la noticia radiofónica	24
1.4.14. El tratamiento de la noticia en la radio	26
1.4.15. Otros criterios para el tratamiento de las noticias	28
1.4.16. Para tu curiosidad e investigación	29
1.4.17. Anexo	30
<b>1.5. La Noticia Televisiva</b>	32
1.5.1. La imagen informativa	32
1.5.2. La yuxtaposición de las imágenes	33
1.5.3. Contra el “tic” de los ritmos sicod�licos	34
1.5.4. La audivisualidad de la noticia televisiva	34
1.5.5. El audio y el vídeo en la producción del sentido de la noticia (su	36

régimen de apertura)	
1.5.6. Las funciones inónica, icográfica e iconológica del audio y del (su régimen de apertura)	36
1.5.7. la cámara y la focalización de la noticia	39
1.5.8. El valor de las noticias (contribución a las reuniones de escaleta)	40
1.5.9. Los diez elementos que ayudan a valorar una noticia	41
1.5.10. El formato de la noticia audiovisual	43
1.5.11. El tratamiento audiovisual de la noticia	44
<b>1.6. Los Diarios Hablados y los Telediarios</b>	<b>50</b>
1.6.1. Los orígenes del diario hablado	50
1.6.2. Origen y desarrollo de los telediarios	51
1.6.3. Particularidades del diario hablado y el telediario	54
1.6.4. Eje de la programación	55
1.6.5. La estructura de los diarios hablados y los telediarios	56
1.6.6. El sumario de los diarios hablados y los telediarios	60
1.6.7. El desarrollo	60
1.6.8. El cierre	63
1.6.9. La presentación de los diarios hablados y los telediarios	64
1.6.10. La locución en la información audiovisual	66
1.6.11. El estilo plano, solemne y oficialista (fórmula BBC)	67
1.6.12. El estilo comunicativo y personalizado (fórmula francesa)	68
1.6.13. El estilo Eyeetness Reporter	69
1.6.14. El estilo Scene Tonight	69
1.6.15. Los estilos rompedores	69
1.6.16. Otras peculiaridades estilísticas	69
1.6.17. Los telediarios y el star system	70
1.6.18. Los diarios hablados y los telediarios “de autor”	70
1.6.19. Santo y seña de la personalidad corporativa	70
1.6.20. La audiovisualidad del telediario	71
1.6.21. Los criterios de valor	71
1.6.22. La realización de los diarios hablados y los telediarios	72
1.6.23. Los diarios hablados y los telediarios de fin de semana	73
1.6.24. La información causal, nueva orientación de los noticiarios	74
1.6.25. Textos para que analices y comentarios	74
1.6.26. Ejercicios para que apliques conocimientos	75
1.6.27. Hoy por hoy	76
<b>1.7. La Estructura de Citas y Citaciones</b>	<b>80</b>
1.7.1. Fundamentos de la estructura de citas y citaciones en la información audiovisual	81
1.7.2. La cita en imagen y la cita in voce	81
1.7.3. La segmentación de la cita directa	81
1.7.4. Narrador, supranarrador y ultranarrador	82
1.7.5. Dos universos, “voces múltiples”	82
1.7.6. Tipos de citas en la información audiovisual	82
1.7.7. La complejidad estructural de los medios	84
1.7.8. Carácter dialéctico de la voz del narrador	85
1.7.9. La cita como homenaje en la información audiovisual	85
1.7.10. El informador autorreferente	86
<b>1.8. La Entrevista en Radio y Televisión</b>	<b>88</b>

1.8.1. La entrevista como género informativo y comunicativo	88
1.8.2. Clase de entrevista	89
1.8.3. Condiciones de una buena entrevista	90
1.8.4. ¿Qué es noticia en una entrevista?	92
1.8.5. La estructura de la entrevista	92
1.8.6. Las actitudes del entrevistador	93
1.8.7. La entrevista en profundidad (la fases del proceso)	95
1.8.8. El método de la entrevista	98
1.8.9. La entrevista en la radio	98
1.8.10. La entrevista en la televisión	99
1.8.11. Las técnicas de la entrevista en profundidad	100
1.8.12. El arte de observar (el rostro del entrevistado)	101
1.8.13. La técnica de la escucha empática	107
1.8.14. La técnica de la pregunta en la entrevista de radio y televisión	109
1.8.15. Tipologías de la pregunta	109
1.8.16. El análisis de la pregunta	111
1.8.17. Las preguntas difíciles	112
1.8.18. El arte de responder	113
1.8.19. Características comunicacionales del feedback	113
1.8.20. La respuesta disfuncionales en la entrevista	114
1.8.21. El IPR (Interpersonal Process Recall)	115
1.8.22. El arte de callar	116
1.8.23. Las tres modalidades del silencio expresivo en la entrevista	116
1.8.24. El espacio y tiempo de la entrevista en radio y televisión	117
Bibliografía	131
<b>2. Los Géneros Interpretativos en la Información Audiovisual</b>	<b>143</b>
<b>2.1. la Crónica</b>	<b>143</b>
2.1.1. La crónica en la historia, la literatura y la imagen	143
2.1.2. La década de los 30 aporta al periodismo audiovisual la crónica filmada	144
2.1.3. la crónica es subgénero radiofónico	144
2.1.4. rasgos y propiedades de la crónica	144
2.1.5. Oralidad y retransmisión (dos notas esenciales de la crónica audiovisual)	145
2.1.6. Los orígenes de la crónica radiofónica	146
2.1.7. Los orígenes de la crónica audiovisual	147
2.1.8. Clase de crónicas	147
2.1.9. Un modelo para evaluar la crónica radiofónica y televisiva	148
2.1.10. Un ejemplo: la crónica de Murrow	150
2.1.11. La crónica en la televisión (un poco de historia)	151
<b>2.2. El Reportaje</b>	<b>152</b>
2.2.1. Orígenes del reportaje radiofónico	153
2.2.2. El Candid Eye canadiense	153
2.2.3. El reportaje cinematográfico en la Segunda Guerra Mundial	153
2.2.4. La innovación de los equipos técnicos y la televisión impulsan el reportaje	154
2.2.5. El reportaje, subgénero televisivo	154
2.2.6. El reportaje en TVE	155
2.2.7. La producción del reportaje (roles y competencias)	156

2.2.8. La verdad del reportaje	157
2.2.9. El dinero y el diferido en el reportaje audiovisual	157
2.2.10. La preparación del reportaje no adultera la realidad de los hechos	158
2.2.11. La planificación del reportaje	159
2.2.12. Proyección en cadena simples y en cadena doble	161
<b>2.3. El Documental</b>	161
2.3.1. Aproximación al concepto	161
2.3.2. Los orígenes del documental	162
2.3.3. El proyecto Native Land	163
2.3.4. El documental de posguerra y la televisión	163
2.3.5. Evolución de las técnicas de documental	164
2.3.6. El documental en televisión	165
2.3.7. El documento audiovisual sin fecha en las grandes cadenas de televisión	166
2.3.8. Los orígenes del documental retrospectivo en televisión	166
2.3.9. Los documentales de “La 2”	166
Bibliografía	167
<b>3. Los Géneros de Opinión en la información Audiovisual</b>	169
<b>3.1. La Crítica</b>	169
3.1.1. La crítica y el espacio – tiempo del acontecimiento	169
3.1.2. La radio y la televisión (nuevos enfoques de la crítica)	170
3.1.3. Estructura genérica de la crítica	170
3.1.4. Los críticos de radio y televisión	171
3.1.5. Los contenidos de la crítica en radio y televisión	172
3.1.6. La crítica deportiva en radio y televisión	172
3.1.7. La crítica literaria	174
3.1.8. La crítica cinematográfico en radio y televisión	177
3.1.9. Factores que han influido en la promoción televisiva del aire	179
3.1.10. Influencia de la televisión sobre el cine	180
3.1.11. La televisión y la producción cinematográfica	181
3.1.12. Los programas de cine en televisión	182
3.1.13. La crítica de arte	182
3.1.14. La crítica musical	184
3.1.15. Tres hechos decisivos en la programación de la música de calidad en TVE	185
3.1.16. La crítica y el mundo del motor	186
3.1.17. La crítica taurina	188
3.1.18. La crítica de radio y televisión en la Prensa	190
3.1.19. La crítica de televisión en cine, radio, televisión y vídeo	194
<b>3.2. El Comentario como Género de Opinión en Radio y Televisión</b>	195
3.2.1. El comentario en los diarios hablados y telediarios	195
3.2.2. El comentario autónomo como ingrediente del magazine	196
3.2.3. Orígenes del editorial en radio y televisión	197
3.2.4. Objetivos del editorial en radio y televisión	197
3.2.5. El “estilo editorial”	197
3.2.6. La elaboración y disfunción de editorial	198
3.2.7. El comentario (voz en off)	199
3.2.8. La voz en off y la acción en la información audiovisual	202

3.2.9. Dos métodos de creación de la noticia audiovisual	202
3.2.10. Las propiedades del narrador en off	203
3.2.11. Estudio de caso	203
<b>3.3. La Tertulia</b>	207
3.3.1. La tertulia radiofónica	207
3.3.2. Luces y sombras de la tertulia radiofónica	208
3.3.3. La características de la tertulia	209
3.3.4. El moderador de la tertulia	209
3.3.5. Los debates y tertulias en televisión	210
3.3.6. La estructura de la Clave	211
Bibliografía	212
<b>4. La Hibridación de los Hipergéneros</b>	215
<b>4.1. La Información Audiovisual en los Límites de la Ficción y del Espectáculo</b>	215
4.1.1. Los orígenes	215
4.1.2. El espectáculo audiovisual y los tres niveles de realidad en la información	216
4.1.3. Condiciones de producción	217
4.1.4. El “seudoacontecimiento”	217
4.1.5. Drama y ficción	218
4.1.6. Periodismo cinematográfico y drama el Lovis de Rochemont	220
<b>4.2. El Magazine</b>	221
4.2.1. Orígenes del magazine audiovisual	221
4.2.2. Características del magazine	222
4.2.3. Las diferencias horarias	224
4.2.4. El rol del presentador del magazine	225
4.2.5. Las técnicas del pensamiento inteligente	225
4.2.6. La formación de un equipo profesional	226
4.2.7. El presentador “estrella”	226
4.2.8. El seudosaber autoritario del presentador “estrella”	227
4.2.9. Dimensión temporal del magazine	227
4.2.10. La estructura del magazine	228
4.2.11. Las secciones del magazine	228
4.2.12. Clases de magazines	228
4.2.13. El magazine como formato competitivo	229
<b>4.3. El Info – Show</b>	229
4.3.1. Los orígenes del info – show audiovisual en España	230
<b>4.4. El Talk – Show</b>	230
4.4.1. El origen y significado del talk – show radiofónico	231
4.4.2. Características del talk – show	231
4.4.3. El presentador del talk – show	232
4.4.4. Hombre de equipo	231
4.4.5. Formato del talk – show	233
<b>4.5. El Reality – Show</b>	235
4.5.1. Características y formatos de reality show	236
4.5.2. Sainete como la vida misma	237
4.5.3. Un millón de resbalones	237
4.5.4. La reality como pretexto y background de un espectáculo satírico	238
4.5.5. Entre la sección de sucesos y el periodismo de investigación	238

4.5.6. Dos escenarios	239
4.5.7. El escenario como signo entre la realidad y el show	239
4.5.8. Escenarios virtuales para hechos verosímiles	240
4.5.9. La realidad desarraigada	240
4.5.10. Dos programas pioneros	240
4.5.11. El directo o la realidad medeiática	241
4.5.12. La simulación de escenarios	241
4.5.13. Beyond the line: El hiperrealismo – TV y el reality – show	243
4.6. El Docudrama	243
4.6.1. Tres formas de docudrama	244
Bibliografía	250
<b>5. El Proceso de Producción de la Información Audiovisual</b>	255
<b>5.1. Los Recursos del Proceso de Producción de la Información Audiovisual</b>	255
5.1.1. Recursos humanos	255
5.1.2. Recursos técnicos	256
5.1.3. Recursos económicos	258
<b>5.2. Las Fases del Proceso de la Producción de la Información Audiovisual</b>	259
5.2.1. Preproducción	259
5.2.2. Producción	259
5.2.3. Posproducción	259
5.3. Factores que determinan los tipos de producción	260
5.4. Los criterios de calidad en la producción	261
5.5. La producción audiovisual en la era digital	261
5.6. La nueva realización audiovisual	262
5.7. Los recursos de producción y la organización de los servicios informativos	262
5.8. Los profesionales del proceso de producción	264
Bibliografía	265
<b>6. La Difusión de la Información Audiovisual</b>	269
6.1. El espacio y la cobertura informativa	269
6.2. Los canales de televisión	270
6.2.1. Difusión hertziana por red terrestre	270
6.2.2. Difusión por cable	270
6.2.3. Difusión por satélite	271
6.2.4. Sistemas de distribución multipunto multicanal (MMDS)	272
6.2.5. Los canales digitales	272
6.3. Diversificación o concentración de los medios	272
6.4. El fin de los medios autárquicos y la formación de los grupos multimedia	273
6.5. El mapa futuro de la comunicación en España	273
6.6. Reuter, nueva agencia de noticias en español	275
6.7. Tres millones y medio de hogares latinoamericanos reciben televisión por cable	275
6.8. Documanía, canal de Sogecable	275
6.9. Creciente interés por los informativos en los Estados Unidos	276
6.10. Los grandes grupos de la comunicación mundial	276
6.11. La demarcación del cable en España	277

6.11.1. Una directiva de la UE trata de liberalizar el cable	278
5.12. El Consejo Superior de Medios Audiovisuales	279
6.12.1. Misiones del consejo	279
6.13. Creciente europesimismo en los medios de comunicación	280
6.14. La televisión digital por satélites	280
6.15. El cable, recepción mayoritaria de televisión por satélite por satélite en Europa	280
6.16. El EGM (Estudio General de Medios) medirá las audiencias de las televisiones emergentes: cable, satélite y televisión local	281
6.17. La teledistribución por cable en España	281
<b>6.18. La Net, un Nuevo Medio Audiovisual</b>	283
6.18.1. Los hipermedia y la información audiovisual	283
Bibliografía	284
<b>7. Información Audiovisual y Nuevas Tecnologías</b>	287
<b>7.1. Concepto y Perspectivas de las nuevas Tecnologías en la Información Audiovisual</b>	287
7.1. Innovaciones estructurales y conceptuales en el universo de la información audiovisual	287
7.1.2. La extended Enterprise de lo audiovisual	287
7.1.3. La información audiovisual en régimen de “inteligencia compartida”	288
7.1.4. Nuevo sentido de “lo audiovisual”	288
7.1.5. Opulencia del audiovisual	289
7.1.6. Muerte de las industrias exentas de información audiovisual	289
7.1.7. Los nuevos profesionales	289
7.1.8. Internet, intranet y extranet	291
7.1.9. El sentido de las nuevas tecnologías de la información audiovisual	291
7.2. Las Nuevas Tecnologías en la Radio y Televisión Informativas	292
7.2.1. La radio digital	292
7.2.2. La revolución de la televisión digital	295
Bibliografía	307
<b>8. Los Efectos de la Información Audiovisual</b>	309
<b>8.1. La Credibilidad de la Información Audiovisual</b>	309
8.1.1. Los conceptos limítrofes de la credibilidad en la información audiovisual	310
8.1.2. Los componentes activos de la credibilidad en la información audiovisual	310
8.1.3. Los referentes de la credibilidad informativa	312
8.1.4. Mitogenia y credibilidad en la información audiovisual	313
8.1.5. Rasgos definitorios de la “estrella informativa”	313
8.1.6. Las razones e la falta de credibilidad	314
8.1.7. La utilización estratégica de la credibilidad	315
<b>8.2. La Fijación de las Agendas</b>	316
8.2.1. Los límites del poder de los medios	316
8.2.2. Las críticas de Todd Gitlin y Lemert al “Paradigma dominante”	317
8.2.3. Los enfoques contemporáneos	317
8.2.4. Tres enfoques en el proceso persuasivo de la información	318
8.2.5. Noelle – Newmann o “La espiral del silencio”	318
8.2.6. El caso particular para la validación de la Agenda Setting	319
8.2.7. Metodologías para la validación de la Agenda Setting en la radio y	320

en la televisión	
8.2.8. Clasificación y perfil de los temas de la Agenda Setting en la radio y en la televisión	320
8.2.9. Las fases del proceso transformador	322
8.2.10. Los criterios para la selección temática	324
8.2.11. La disnomia y la anomia como criterios de selección en la radiotelevisión informativa	325
8.2.12. Los círculos concéntricos de la Agenda temática	326
8.2.13. Modelos para el estudio de la relación entre las agendas mediales y la agenda pública	327
8.2.14. Otras variables de la canalización temática	329
Bibliografía	330
Bibliografía General	333
Índice temática	353