

INDICE

Prólogo	XXI
1. Orígenes y Desarrollo Histórico de la Información Audiovisual	1
1.1. El cine, información y documento	1
1.1.1. Los orígenes de la información audiovisual	1
1.1.2. Dziga Vertov y los noticiarios cinematográficos como género informativo	2
1.1.3. La entrevista filmada y las cámaras portátiles para la información cinematográfica	2
1.1.4. Origen de los géneros audiovisuales interpretativos	2
1.1.5. Con Robert Flaherty nace la información verídica y la estética del documental	2
1.1.6. El documental y el cine – encuesta	3
1.1.7. Las dos aportaciones de la “Escuela británica”	3
1.1.8. Evolución de las técnicas de la crónica y el reportaje	4
1.1.9. El contacto con la vida y el contenido humano en el documental audiovisual	4
1.1.10. La crónica de denuncia social	4
1.1.11. La información audiovisual en la Segunda Guerra Mundial	5
1.1.12. El periodismo cinematográfico de Louis de Rochemont	5
1.1.13. El reportaje: Los flimakers. Del cine a la televisión	6
1.1.14. La información persuasiva de los newseels	6
1.1.15. Crónica y documento en los entresijos de la vida	6
1.1.16. El cine como testimonio verídico	7
1.1.17. Postulados del cine verídico	7
1.1.18. Un ejemplo significativo	8
1.2. La Información radiofónica	8
1.2.1. Los orígenes de la información radiofónico	8
1.2.2. Los orígenes de la información radiofónica en España	9
1.2.3. Los primeros diarios hablados	10
1.2.4. Un test a la credibilidad de la radio	11
1.2.5. Dolores y gozos de la radio informativa de posguerra	12
1.2.6. Monopolio informativo de Radio Nacional	12
1.2.7. Nuevos estudios de informativos en la Casa de la Radio	13
1.2.8. Competencia informativa y consolidación del magazine radiofónico	13
1.2.9. El boon de la radio informativa en la democracia	13
1.2.10. La información local y la aparición de nuevos géneros y formatos	14
1.2.11. Calidad y profesionalidad de la información radiofónica en un mercado competitivo	15
1.2.12. El brillo fugaz de las estrellas	16
1.2.13. Arrasa la FM	16
1.3. La Información televisiva	16
1.3.1. Los orígenes etnográficos de la encuesta televisiva	16
1.3.2. Origen y desarrollo de los telediarios en España	16
1.3.3. Reorganización de los telediarios	17
1.3.4. Precedentes del magazine	18
1.3.5. El servicio Iberoamericano de noticias (SIN)	18
1.3.6. Se vuelve a las dos ediciones	19

1.3.7. Escenografía en color	19
1.3.8. El alunizaje en directo	19
1.3.9. La televisión informativa en la década de los 70	19
1.3.10. Los satélites, las nuevas tecnologías y mundovisión	20
1.3.11. El telediario se convierte en magazine	20
1.3.12. Los ochenta son los años de la televisiones autonómicas	21
1.3.13. Llega la televisión privada en la década de los 90	21
1.3.14. Las nuevas tecnologías “fin de siglo” en la información audiovisual	22
Bibliografía	23
Consulta en la Web	24
2. La Programación y las Audiencias: La Programación	25
2.1. El concepto	25
2.2. La programación informática	26
2.3. El valor de la programación	26
2.4. La programación informativa como estructura	27
2.5. Las técnicas autopromocionales	28
2.6. Peculiaridades de la programación informativa en la radio y televisión	28
2.7. Clasificación de los emisores de la información audiovisual (sinergia y complementariedad de los medios)	29
2.7.1. La programación generalista	29
2.7.2. Programación especializada	30
2.7.3. Los paquetes de programación en las plataformas digitales	30
2.7.4. Los canales temáticos de la información	31
2.7.5. Programación mixta	31
2.8. La programación y las audiencias	31
2.9. La programación a la luz de marketing	32
2.10. El tiempo de la reacción competitiva	32
2.11. Las audiencias y el problema de los contenidos	33
2.12. Modificaciones del “estilo” de los canales y los hábitos del consumo de las audiencias	33
2.13. “Los contenidos/servicio”	33
2.14. La programación informativa en el contexto de la cultura	34
2.15. Carácter circular de la programación radiofónica	34
2.16. El informativo, signo de identidad e imagen corporativa del canal	34
2.17. El seudacontecimiento promocional de la programación	35
2.18. La programación estacional y semanal	35
2.19. El principio de la “baja entropía”	35
2.20. La distribución de la información por franjas horarias	36
2.21. Las variables del éxito de un programa	38
2.22. Deterioros de los programas informativos	38
2.23. Las estrategias de programación (los “nichos de audiencia”)	38
2.24. La inclusión de un programa	39
2.25. La fragmentación programática	39
2.26. La programación de unidades fragmentadas con “efecto eco”	39
2.27. La contra – programación	39
2.28. La programación en bloques	39
2.29. Las tácticas de la programación competitiva	40

2.30. El valor relativo de la información audiovisual en la programación	42
2.31. La inclusión de elementos de fragmentación en los programas informativos	43
2.32. Las transiciones	44
2.33. Innovaciones en el área de programación de la televisión digital	44
2.34. Los nuevos contenidos	45
2.35. Semblanza del programador	46
Bibliografía	47
3. Las Audiencias de los Informativos	51
3.1. La audiencia de los programas informativos	51
3.2. Tipología de las audiencias	51
3.3. Técnicas de las investigaciones periódicas	52
3.4. Las encuestas de investigación de audiencias	53
3.5. Las salas interactivas de pretesting diagnóstica	54
3.6. Técnicas de la investigación de audiencias	55
3.6.1. El recuerdo de la víspera	55
3.6.2. El diario de escucha	55
3.6.3. El método coincidental	55
3.6.4. Los audímetros	56
3.6.5. El videorating	56
3.6.6. Otros productos de software	56
3.7. Nuevos problemas de la investigación de audiencias	56
3.8. La información audiovisual en régimen de “Inteligencia compartida”	58
3.9. Las nuevas audiencias	59
3.10. Innovación en el proceso de recepción y consumo	59
Bibliografía	60
4. Fenomenología de la Información Audiovisual	63
4.1. El informativo audiovisual y la construcción social de la realidad	63
4.2. La “Teoría” en el informativo audiovisual	64
4.3. El modelo escenodramático	64
4.4. Procesos de simbolización y sentido de la noticia	65
4.5. La actualidad como temporalidad	65
4.6. La actualidad como temporalidad	65
4.7. La información de actualidad como cultura	66
4.8. La construcción del sentido en estructura de simplicidad	67
4.9. Las dos modalidades suasorias de la información audiovisual	68
4.10. El “cara a cara”	69
4.11. Seudoevidencia y reificación informativa	70
4.12. La lógica del mito	70
4.13. El mito de la actualidad	70
4.14. El globo terráqueo en las sintonías de los telediarios	71
4.15. La muerte como último sentido de la acción	71
Bibliografía	71
5. Las Fuentes en la Información Audiovisual	75
5.1. Las primeras fuentes de la noticia audiovisual	75
5.2. Las fuentes de la información audiovisual	76
5.3. Particularidades de las fuentes en la actualidad	78
5.4. El futuro: Los videoservidores y el nuevo concepto de fuente	79

5.5. Edición con videoservidores	79
5.6. Las nuevas fuentes y el fin de los procesos de legitimación	80
5.7. Las funciones de la información audiovisual relacionadas con las fuentes	81
5.8. El valor “contacto con las fuentes” (La estirpe de la noticia)	83
5.9. Los niveles de Mencher	84
5.10. La dimensión documental de la noticia	84
5.10.1. La autenticidad en la información audiovisual	84
5.10.2. La genuidad de la información audiovisual	85
5.10.3. la objetividad en la información audiovisual	87
5.10.4. La verdad en la información audiovisual	87
5.10.5. La veracidad en la información audiovisual	88
5.10.6. La verosimilitud de la información audiovisual	88
5.11. Las nuevas fuentes y los servicios online	88
Bibliografía	90
Directorios de archivos audiovisuales	92
6. Histografía y Narratividad en la Información Audiovisual	93
6.1. Problema historiográficos del relato informativo	93
6.1.1. Periodismo y narrativa	93
6.1.2. El periodismo entre la historiografía y la historia	94
6.1.3. El periodismo de investigación more histórico	94
6.1.4. Teoría y poética del periodismo	95
6.1.5. La contingencia radical del saber periodístico	95
6.1.6. Teoría y poética del relato informativo	96
6.1.7. Periodización histórica y poética narrativa en la información audiovisual	96
6.1.8. La historia y el periodismo como narración	97
6.1.9. la información y las tesis del narrativismo histórico	97
6.2. Narratología informativa	98
6.2.1. Las operaciones narrativas del informativo	98
6.2.2. La estructura narrativa de la noticia	98
6.2.3. La estructura típica de relato televisivo	99
6.2.4. La frase narrativa en la información audiovisual	100
6.2.5. El guión narrativa en la información audiovisual	100
6.2.6. La secuencialidad narrativa del discurso informativo audiovisual	100
6.2.7. Las instancias anunciadoras del elato informativo	102
6.2.8. El supranarrador en la información audiovisual	104
6.2.9. El narrador en la información audiovisual	105
6.2.10. El localizador en el relato informativo	105
6.2.11. El “informatario” o “narratorio”	106
6.2.12. Los tipos narrativos de la acción informativa	107
6.2.13. La acción informativa y sus referentes actitudinales	108
6.2.14. El espacio de la acción y espacio del espectáculo en la información audiovisual	110
6.2.15. Espacio de la acción y espacio del espectáculo en la información audiovisual	111
6.2.16. Modelos del espacio del acontecimiento y el espectáculo	112
6.2.17. El tiempo narrativo en la información audiovisual	113

6.3. El mito de la información audiovisual	114
6.3.1. El mito de la actualidad en la información audiovisual	114
6.3.2. El globo terráqueo en las sintonías de los diarios hablados y en la cabecera de los telediarios	115
6.3.3. La imagen de “La 2”	115
6.3.4. La información audiovisual entre la historia y el mito	116
6.3.5. Lo que revelan los mitos: la noticia audiovisual como showing de una acción primordial	117
6.3.6. Mitificación y profanidad del “presentador estrella” en los informativos del autor	117
6.3.7. Golpe certero a los monopolizadores de los mitos audiovisuales	118
Bibliografía	118
7. La Creación Informativa: La Reunión de Escaleta	121
7.1. La línea editorial	121
7.2. El proceso de la escaleta	122
7.3. La reunión de escaleta	123
7.4. La escaleta de contenidos	123
7.5. La escaleta técnica	125
Bibliografía	126
8. Hermenéutica de la Información Audiovisual: Los Códigos que la Radio y la Televisión Informativas Utilizan para Mediar	129
8.1. Función hermenéutica de la realidad de la vida cotidiana en el informativo audiovisual	129
8.2. Comunicación e información en el discurso audiovisual	130
8.3. La información audiovisual es persuasiva	130
8.4. Precariedad de la información radiofónica y televisiva (subinformación y desinformación)	131
8.5. El realismo de la información televisiva	131
8.6. La evidencia como elocuencia en la información audiovisual	132
8.7. La información y los códigos del “lenguaje” de los medios audiovisuales	132
8.8. La facilidad de los códigos de mediación	133
8.9. La televisión no es medio de información, sino de “reproducción”	134
8.10. La “reificación” de la imagen de la información televisiva	134
8.11. La densidad comparada de la información audiovisual	135
8.12. El “vocicentrismo” de la información audiovisual	135
8.13. La ritualidad informativa	135
8.14. La ocultación de la narratividad	136
8.15. La información televisiva como discurso de poder	137
8.16. La manipulación informativa	137
8.17. carencia de clausura	138
8.18. La coherencia textual en el discurso de la televisión	138
8.19. La expresión dramática de la información televisiva	139
8.20. La información audiovisual como espectáculo	139
8.21. La sinergia de los medios informativos	141
Bibliografía	141
Índice Tomo II	
1. Los Géneros Informativos en la Información Audiovisual	
1.1. El registro directo	

1.1.1. Las retransmisiones en directo	
11.2. Connotaciones simbólicas del directo y del diferido en TVE	
1.1.3. El diferido	
1.2. La encuesta	
1.2.1. La encuesta televisiva y el cinéma verité	
1.2.2. La radiotelevisión contemporánea a o la adulteración del género	
1.3. La noticia audiovisual	
1.3.1. Las dos acepciones de la noticia audiovisual	
1.3.2. La redacción de informativos como “caja negra”	
1.3.3. Características de la noticia audiovisual	
1.3.4. El formato de la noticia audiovisual	
1.3.5. Estructura de la noticia audiovisual	
1.3.6. Elementos que invierten en la combinatoria de las noticias audiovisuales	
1.3.7. La motivación de la noticia audiovisual	
1.3.8. Normas para elaborar una noticia audiovisual	
1.3.9. La noticia audiovisual como proceso	
1.3.10. Noticias directas y de creación	
1.3.11. Tipología de la noticia (noticias sofá, hard y blank)	
1.3.12. Otros tipos de noticias	
1.4. La noticia radiofónica	
1.4.1. Las propiedades de la palabra en la información audiovisual	
1.4.2. La voz en la noticia radiofónica	
1.4.3. Las tres dimensiones del “acto de habla” en la radio	
1.4.4. La voz y la personalidad de los locutores de radio	
1.4.5. Los estilos personales y la “estética del error”	
1.4.6. La oralidad en la información radiofónica	
1.4.7. Escribir para el oído	
1.4.8. Escribir para la radio	
1.4.9. La radiogenia o expresión racial de la radio	
1.4.10. Principios de la creación informativa en la radio	
1.4.11. La redacción de una noticia para la radio	
1.4.12. Oralidad y silencio en la noticia radiofónica	
1.4.13. El tratamiento de la noticia en radio	
1.4.14. Otros criterios para el tratamiento de las noticias	
1.4.15. Para tu curiosidad e investigación	
1.4.16. Ejercicio sobre los “estilo personales”	
1.4.17. Anexo	
1.5. La noticia televisiva	
1.5.1. La imagen informativa	
1.5.2. La yuxtaposición de las imágenes	
1.5.3. Contra el “tic” de los ritmos sicodélicos	
1.5.4. La audiovisualidad de la noticia televisiva	
1.5.5. El audio y el vídeo en la producción del sentido de la noticia (su régimen de apertura)	
1.5.6. Las funciones iónicas, iconográfica e iconológica del audio y el vídeo en la construcción de la noticia	
1.5.7. La cámara y la y la focalización de la noticia	
1.5.8. El valor de las noticias (contribución a las reuniones de escaleta)	

1.5.9. Los diez elementos que ayudan a valorar una noticia	
1.5.10. Los indicadores de valor en la noticia audiovisual: el emplazamiento	
1.5.11. El tratamiento audiovisual de la noticia	
1.6. Los diarios Hablados y los telediarios	
1.6.1. Los orígenes del diario hablado	
1.6.2. Origen y desarrollo de los telediarios	
1.6.3. Particularidades del diario hablado y del telediario	
1.6.4. Eje de programación	
1.6.5. La estructura de los diarios hablados y de los telediarios	
1.6.6. El sumario de los diarios hablados y los telediarios	
1.6.7. El desarrollo	
1.6.8. El cierre	
1.6.9. La presentación de los diarios hablados y de los telediarios	
1.6.10. La locución en la información audiovisual	
1.6.11. El estilo plano, solemne y oficialista (fórmula BBC)	
1.6.12. El estilo comunicativo y personalizado (fórmula francesa)	
1.6.13. El estilo Eyewitness Reporter	
1.6.14. El estilo Scene Tonight	
1.6.15. Los estilos rompedores	
1.6.16. Otras peculiaridades	
1.6.17. Los telediarios y el star system	
1.6.18. Los diarios hablados y los telediarios “de autor”	
1.6.19. Santo y seña de la personalidad corporativa	
1.6.20. La audiovisualidad del telediario	
1.6.21. Los criterios de valor	
1.6.22. La realización de los diarios hablados y de los telediarios	
1.6.23. Los diarios hablados y los telediarios de fin de semana	
1.6.24. La información casual, nueva orientación de los noticiarios	
1.6.25. Textos para que analices y comentarios	
1.6.26. Ejercicios para que apliques conocimientos	
1.6.27. Hoy por hoy	
1.7. La estructura de citas y citaciones en los diarios hablados y los telediarios	
1.7.1. Fundamentos de la estructura de citas y citaciones en el informativo audiovisual	
1.7.2. La cita en imagen y la cita in voce	
1.7.3. La segmentación de la cita directa	
1.7.4. Narrador, supranarrador y ultranarrador	
1.7.5. Dos universos, “voces múltiples”	
1.7.6. Tipos de citas	
1.7.7. La complejidad estructural de los medios	
1.7.8. Carácter dialéctico de la voz del narrador	
1.7.9. La cita y el homenaje	
1.8. La entrevista en radio y televisión	
1.8.1. Aproximación al concepto	
1.8.2. Clases de entrevista	
1.8.3. Condiciones de una buena entrevista	
1.8.4. ¿Qué es noticia en una entrevista?	

1.8.5. La estructura de la entrevista	
1.8.6. Actitudes, habilidades y competencias del entrevistador	
1.8.7. Estudio de un caso	
1.8.8. La entrevista en profundidad (las fases del proceso)	
1.8.9. El método de la entrevista	
1.8.10. Las técnicas de la entrevista en profundidad	
1.8.11. Ejercicio de metacomunicación: Entrevista acerca de la entrevista	
Bibliografía	
2. Los Géneros Interpretativos en la Información Audiovisual	
2.1. La crónica	
2.1.1. La crónica en la historia, la literatura y la imagen	
2.1.2. La década de los 30 aporta al periodismo audiovisual la crónica filmada	
2.1.3. La crónica es subgénero radiofónico	
2.1.4. Rasgos y propiedades de la crónica	
2.1.5. Oralidad y retransmisión (dos notas esenciales de la crónica audiovisual)	
2.1.6. Los orígenes de la crónica radiofónica	
2.1.7. Los orígenes de la crónica audiovisual	
2.1.8. Clases de crónicas	
2.1.9. Un modelo para evaluar la crónica radiofónica y televisiva	
2.1.10. Un ejemplo: la crónica de Murrow	
2.1.11. La crónica en televisión (un poco de historia)	
2.2. El reportaje	
2.2.1. Orígenes del reportaje radiofónico	
2.2.2. El candid Eye canadiense	
2.2.3. El reportaje cinematográfico en la segunda guerra mundial	
2.2.4. La innovación de los equipos técnicos y la televisión impulsa el reportaje	
2.2.5. El reportaje, subgénero televisivo	
2.2.6. el reportaje en TVE	
2.2.7. La producción del reportaje (roles y competencias)	
2.2.8. La verdad del reportaje	
2.2.9. El directo y el diferido en el reportaje audiovisual	
2.2.10. La preparación del reportaje no adultera la realidad de los hechos	
2.2.11. La planificación del reportaje	
2.2.12. Proyección en cadena simple y en cadena doble	
2.3. El documental	
2.3.1. Aproximación al concepto	
2.3.2. Los orígenes del documental	
2.3.3. El proyecto Native Land	
2.3.4. El documental de posguerra y la televisión	
2.3.5. Evolución de las técnicas del documental	
2.3.6. El documental en televisión	
2.3.7. El documento audiovisual sin fecha en las grandes cadenas de televisión	
2.3.8. Los orígenes del documental retrospectivo en televisión	
2.3.9. Los documentales de "La 2"	
Bibliografía	

3. Los géneros de opinión en la información audiovisual	
3.1. La crítica	
3.1.1. La crítica y el espacio – tiempo del acontecimiento	
3.1.2. La radio y la televisión (nuevos enfoques de la crítica)	
3.1.3. Estructura genérica de la crítica	
3.1.4. Los críticos de la radio y la televisión	
3.1.5. Los contenidos de la crítica en radio y televisión	
3.1.6. La crítica deportiva en radio y televisión	
3.1.7. La crítica literaria	
3.1.8. La crítica cinematográfica en radio y televisión	
3.1.9. Factores que han influido en la promoción televisiva del cine	
3.1.10. Influencia de la televisión sobre el cine	
3.1.11. La televisión y la producción cinematográfica	
3.1.12. Los programas de cine en televisión	
3.1.13. La crítica del arte	
3.1.14. La crítica musical	
3.1.15. Tres hechos decisivos en la programación de la música de calidad en TVE	
3.1.16. La crítica y el mundo del motor	
3.1.17. La crítica taurina	
3.1.18. La crítica de radio y televisión en la prensa	
3.1.19. La crítica de televisión en cine, radio, televisión y vídeo	
3.2. El comentario en la información audiovisual	
3.2.1. El comentario en los diarios hablados y los telediarios	
3.2.2. El comentario autónomo como ingredientes del magazine	
3.2.3. Orígenes del editorial en radio y televisión	
3.2.4. Objetivos del editorial en radio y televisión	
3.2.5. El “estilo editorial”	
3.2.6. La elaboración y difusión del editorial	
3.2.7. El comentario (voz en off)	
3.2.8. La voz en off y la acción en la información audiovisual	
3.2.9. Dos métodos de creación de la noticia audiovisual	
3.2.10. Las propiedades del narrador en off	
3.2.11. Estudio de caso	
3.3. La tertulia	
3.3.1. La tertulia radiofónica	
3.3.2. Luces y sombras de la tertulia radiofónica	
3.3.3. Las características de la tertulia	
3.3.4. El moderador de la tertulia	
3.3.5. Los deberes y tertulias en televisión	
Bibliografía	
4. La Hibridación de los Hipergéneros en la Información Audiovisual	
4.1. La información audiovisual en los límites de la ficción y del espectáculo	
4.1.1. Los orígenes	
4.1.2. El espectáculo audiovisual y los tres niveles de realidad en la información	
4.1.3. Condiciones de producción	
4.1.4. El “seudoacontecimiento”	

4.1.5. Drama y ficción	
4.1.6. Periodismo cinematográfico y drama en Louis de Rochemont	
4.2. El magazine	
4.2.1. Orígenes del magazine audiovisual	
4.2.2. Características del magazine	
4.2.3. Las diferencias horarias	
4.2.4. El rol del presentador del magazine	
4.2.5. Las técnicas del pensamiento inteligencia	
4.2.6. La formación de un equipo profesional	
4.2.7. El presentador “estrella”	
4.2.8. El seudosaber autoritario del presentador “estrella”	
4.2.9. Dimensión temporal del magazine	
4.2.10. La estructura de magazine	
4.2.11. Las secciones del magazine	
4.2.12. Clases de magazines	
4.2.13. El magazine como formato competitivo	
4.3. El info - show	
4.4.1. Características del talk – show	
4.4.2. El presentador del talk – show	
4.4.3. Hombre de equipo	
4.4.4. Formatos del talk – show	
4.4.5. Un estudio de caso: El larguero	
4.5. El reality – show	
4.5.1. Características y formatos del reality – show	
4.5.2. Sainiete como la vida misma	
4.5.3. Un millón de resbalones	
4.5.4. La reality como pretexto y background de .un espectáculo satírico	
4.5.5. Entre la sección y el periodismo de investigación	
4.5.6. Dos escenarios	
4.5.7. El escenario como signo entre la realidad y el show	
4.5.8. Escenarios virtuales para hecho verosímiles	
4.5.9. La realidad desarraigada	
4.5.10. Dos programas pioneros	
4.5.11. El directo o la realidad mediática	
4.5.12. La simulación de escenarios	
4.5.13. Beyond the line: El hiperrealismo de la televisión y el reality show	
4.6. El docudrama	
4.6.1. Tres formas de docudrama	
Bibliografía	
5. La Producción de la información Audiovisual	
5.1. Los recursos del proceso de producción de la información audiovisual	
5.1.1. Recursos humanos	
5.1.2. Recursos técnicos	
5.1.3. Recursos económicos	
5.2. Las frases de procesos de la producción de la información audiovisual	
5.2.1. Preproducción	
5.2.2. Producción	

5.2.3. Posproducción	
5.2.4. Integración en la emisión	
5.3. Factores que determinan los tipos de producción	
5.4. La producción audiovisual en el área digital	
5.5. La nueva realización audiovisual	
5.6. Los recursos de producción y la organización de los servicios informativos	
5.7. Los profesionales del proceso de producción	
Bibliografía	
6. La Difusión de la Información Audiovisual	
6.1. El espacio y la cobertura informativa	
6.2. Los canales de televisión	
6.2.1. Difusión hertziana por red terrestre	
6.2.2. Difusión por cable	
6.2.3. Difusión por satélite	
6.2.4. Sistema de distribución multipunto multicanal (MMDS)	
6.2.5. Los canales digitales	
6.2.6. Los canales digitales de alta definición y gran formato	
6.3. Diversificación o concentración de los medios	
6.4. El final de los medios autárquicos y la formación de los grupos multimedia	
6.5. El mapa futuro de la comunicación en España	
6.6. Reuter, nueva agencia de noticias en España	
6.7. Tres millones y medio de hogares latinoamericanos reciben televisión por cable	
6.8. Documanía, canal de Sogecable	
6.9. Crecimiento interés por los informativo en los Estados Unidos	
6.10. Los grandes grupos de la comunicación mundial	
6.11. La demarcación del cable en España	
6.11.1. Una directiva de la Unión Europea liberalizada el cable	
6.12. El consejo superior de medios audiovisuales	
6.12.1. Misiones del consejo	
6.13. Crecimiento europeísmo en los medios de comunicación	
6.14. La televisión digital por satélite	
6.15. El cable, recepción mayoritaria de televisión por satélite en Europa	
6.16. El EGM (Estudio General de Medios) medirá las audiencias de televisiones emergentes: cable, satélite y televisión local	
6.17. La teledistribución por cable en España	
6.18. La net, un nuevo medio audiovisual	
6.18.1. Los hipermedia y la información audiovisual	
Bibliografía	
7. Información Audiovisual y Nuevas Tecnologías	
7.1. Conceptos y perspectivas de las nuevas tecnologías	
7.1.2. La extended enterprise de lo audiovisual	
7.1.3. La información audiovisual en régimen de “inteligencia compartida”	
7.1.4. Nuevo sentido de “lo audiovisual”	
7.1.5. Opulencia de lo audiovisual	
7.1.6. Muerte de las industrias exentas de información audiovisual	

7.1.7. Los nuevos profesionales	
7.1.8. Internet, intranet y extranet	
7.1.9. El sentido de las nuevas tecnologías de la información audiovisual	
7.2. Las nuevas tecnologías en la radio y televisión informativa	
7.2.1. La radio digital	
7.2.2. La revolución de la televisión digital	
Bibliografía	
8. Los Efectos de la Información Audiovisual	
8.1. La credibilidad de la información audiovisual	
8.1.1. Los conceptos limítrofes de la credibilidad en la información audiovisual	
8.1.2. Los componentes activos de la credibilidad en la información audiovisual	
8.1.3. Los referentes de la credibilidad informativa	
8.1.4. Mitogenia y credibilidad informativa	
8.1.5. Rasgos definitorios de la “estrella informativa”	
8.1.6. Las razones de la falta de credibilidad	
8.1.7. La utilización estratégica de la credibilidad	
8.1.8. Las escalas para medir la credibilidad	
8.2. La fijación de las agendas	
8.2.1. Metodología para la validación de la agenda Setting	
8.2.2. Clasificación y perfil de los temas de la agenda Setting en la radio y en la televisión	
8.2.3. Las fases del proceso transformador	
8.2.4. Criterios para la selección temática (Bockelmann)	
8.2.5. La disnomia y la anomia	
8.2.6. La confrontación y el drama	
8.2.7. Los círculos concéntricos de la Agenda Setting	
8.2.8. Modelos para el estudio de la relación entre las agendas mediales y la agenda pública	
8.2.9. Otras variables de la canalización temática	
Bibliografía	
Bibliografía General	
Índice Temático	