

## ÍNDICE TOMO II

<b>1. LOS GÉNEROS INFORMATIVOS EN LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. El registro informativo</b> .....	<b>1</b>
1.1.1. Las retransmisiones en directo .....	2
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> .....	<b>4</b>
1.2.1. La encuesta televisiva y el <i>cinéma verité</i> .....	5
1.2.2. La radiotelevisión contemporánea o la adulteración del género .....	6
<b>1.3. La noticia audiovisual</b> .....	<b>6</b>
1.3.1. Las dos acepciones 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. Noticias directas y de creación .....	12
1.3.11. Tipología de la noticia (noticias <i>soft</i> , <i>hard</i> y <i>blank</i> ) .....	12
1.3.12. Otros tipos de noticias .....	13
1.3.13. El desarrollo o cuerpo de la noticia audiovisual .....	14
1.3.14. La estructura dramática y el final de la noticia audiovisual .....	14
<b>1.4. La noticia radiofónica</b> .....	<b>15</b>
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 habla" 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 "estética 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 el oído	20
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>	<b>32</b>
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 sicodélicos	34
1.5.4. La audiovisualidad de la noticia televisiva	34
1.5.5. El audio y el vídeo en la producción del sentido de la noticia (su régimen de apertura)	36
1.5.6. Las funciones icónica, iconográfica e iconológica del audio y del vídeo en la construcción de la noticia	37
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 <i>Eyewitness Reporter</i>	69
1.6.14. El estilo <i>Scene Tonight</i>	69
1.6.15. Los estilos rompedores	69
1.6.16. Otras peculiaridades estilísticas	69
1.6.17. Los telediarios y el <i>star system</i>	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 comentes	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 <i>in voce</i>	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. Clases 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 (las 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. Tipología 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 <i>feedback</i> .....	113
1.8.20. La respuesta disfuncional en la entrevista .....	114
1.8.21. El IPR ( <i>Interpersonal Process Recall</i> ) .....	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
<b>Bibliografía</b> .....	<b>131</b>
<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 .....	145
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. Clases 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 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 <i>Candid Eye</i> 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 directo 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 simple y en cadena doble .....	161
<b>2.3. El documental .....</b>	<b>161</b>
2.3.1. Aproximación al concepto .....	161
2.3.2. Los orígenes del documental .....	162
2.3.3. El proyecto <i>Native Land</i> .....	163
2.3.4. El documental de posguerra y la televisión .....	163
2.3.5. Evolución de las técnicas del 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
<b>Bibliografía .....</b>	<b>167</b>

### **3. LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL .....**

<b>3.1. La crítica .....</b>	<b>169</b>
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 cinematográfica en radio y televisión .....	177
3.1.9. Factores que han influido en la promoción televisiva del cine .....	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>	<b>195</b>
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 difusión del editorial .....	198
3.2.7. El comentario (voz en <i>off</i> ) .....	199
3.2.8. La voz en <i>off</i> 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 <i>off</i> .....	203
3.2.11. Estudio de caso .....	203
<b>3.3. La tertulia .....</b>	<b>207</b>
3.3.1. La tertulia radiofónica .....	207
3.3.2. Luces y sombras de la tertulia radiofónica .....	208
3.3.3. Las 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 <i>La Clave</i> .....	211
<b>Bibliografía .....</b>	<b>212</b>
<b>4. LA HIBRIDACIÓN DE LOS HIPERGÉNEROS .....</b>	<b>215</b>
<b>4.1. La información audiovisual en los límites de la ficción y del espectáculo .....</b>	<b>215</b>
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 en Louis de Rochemont .....	220
<b>4.2. El magazine .....</b>	<b>221</b>
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 <i>info-show</i> .....</b>	<b>229</b>
4.3.1. Los orígenes del <i>info-show</i> audiovisual en España .....	230
<b>4.4. El <i>talk-show</i> .....</b>	<b>230</b>
4.4.1. El origen y significado del <i>talk-show</i> radiofónico .....	231
4.4.2. Características del <i>talk-show</i> .....	231
4.4.3. El presentador del <i>talk-show</i> .....	232
4.4.4. Hombre de equipo .....	232
4.4.5. Formatos del <i>talk-show</i> .....	233
<b>4.5. El <i>reality-show</i> .....</b>	<b>235</b>
4.5.1. Características y formatos del <i>reality-show</i> .....	236
4.5.2. Sainete como la vida misma .....	237
4.5.3. Un millón de resbalones .....	237
4.5.4. La <i>reality</i> como pretexto y <i>background</i> 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 <i>show</i> .....	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 mediática .....	241
4.5.12. La simulación de escenarios .....	241
4.5.13. <i>Beyond the line</i> : El hiperrealismo-TV y el <i>reality-show</i> .....	243
<b>4.6. El docudrama .....</b>	<b>243</b>
4.6.1. Tres formas de docudrama .....	244
<b>Bibliografía .....</b>	<b>250</b>
<b>5. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL .....</b>	<b>255</b>
<b>5.1. Los recursos del proceso de producción de la información audiovisual .....</b>	<b>255</b>
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>	<b>259</b>
5.2.1. Preproducción .....	259

5.2.2. Producción .....	259
5.2.3. Posproducción .....	259
5.2.4. Integración en la emisión .....	259
<b>5.3. Factores que determinan los tipos de producción .....</b>	<b>260</b>
<b>5.4. Los criterios de calidad en la producción .....</b>	<b>261</b>
<b>5.5. La producción audiovisual en la era digital .....</b>	<b>261</b>
<b>5.6. La nueva realización audiovisual .....</b>	<b>262</b>
<b>5.7. Los recursos de producción y la organización de los servicios informativos .....</b>	<b>262</b>
<b>5.8. Los profesionales del proceso de producción .....</b>	<b>264</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>265</b>
<b>6. LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL .....</b>	<b>269</b>
<b>6.1. El espacio y la cobertura informativa .....</b>	<b>269</b>
<b>6.2. Los canales de televisión .....</b>	<b>270</b>
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. Sistema de distribución multipunto multicanal (MMDS) .....	272
6.2.5. Los canales digitales .....	272
<b>6.3. Diversificación o concentración de los medios .....</b>	<b>272</b>
<b>6.4. El fin de los medios autárquicos y la formación de los grupos multimedia .....</b>	<b>273</b>
<b>6.5. El mapa futuro de la comunicación en España .....</b>	<b>273</b>
<b>6.6. Reuter, nueva agencia de noticias en español .....</b>	<b>275</b>
<b>6.7. Tres millones y medio de hogares latinoamericanos reciben televisión por cable .....</b>	<b>275</b>
<b>6.8. Documanía, canal de Sogecable .....</b>	<b>275</b>
<b>6.9. Creciente interés por los informativos en los Estados Unidos .....</b>	<b>276</b>
<b>6.10. Los grandes grupos de la comunicación mundial .....</b>	<b>276</b>
<b>6.11. La demarcación del cable en España .....</b>	<b>277</b>
6.11.1. Una directiva de la UE trata de liberalizar el cable .....	278
<b>6.12. El Consejo Superior de Medios Audiovisuales .....</b>	<b>279</b>
6.12.1. Misiones del Consejo .....	279
<b>6.13. Creciente europesimismo en los medios de comunicación .....</b>	<b>280</b>
<b>6.14. La televisión digital por satélite .....</b>	<b>280</b>
<b>6.15. El cable, recepción mayoritaria de televisión por satélite en Europa ..</b>	<b>280</b>
<b>6.16. El EGM (Estudio General de Medios) medirá las audiencias de las televisiones emergentes: cable, satélite y televisión local .....</b>	<b>281</b>
<b>6.17. La teledistribución por cable en España .....</b>	<b>281</b>



<b>6.18. La Net, un nuevo medio audiovisual</b> .....	<b>283</b>
6.18.1. Los hipermedia y la información audiovisual .....	283
<b>Bibliografía</b> .....	<b>284</b>
<b>7. INFORMACIÓN AUDIOVISUAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.</b>	<b>287</b>
<b>7.1. Concepto y perspectivas de las nuevas tecnologías en la información audiovisual</b> .....	<b>287</b>
7.1.1. Innovaciones estructurales y conceptuales en el universo de la información audiovisual .....	287
7.1.2. La <i>extended enterprise</i> 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
<b>7.2. Las nuevas tecnologías en la radio y televisión informativas</b> .....	<b>292</b>
7.2.1. La radio digital .....	292
7.2.2. La revolución de la televisión digital .....	295
<b>Bibliografía</b> .....	<b>307</b>
<b>8. LOS EFECTOS DE LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL</b> ...	<b>309</b>
<b>8.1. La credibilidad de la información audiovisual</b> .....	<b>309</b>
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 de la falta de credibilidad .....	314
8.1.7. La utilización estratégica de la credibilidad .....	314
8.1.8. Las escalas para medir la credibilidad .....	315
<b>8.2. La fijación de las agendas</b> .....	<b>316</b>
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 de la <i>Agenda Setting</i> o fijación de las agendas ..	319
8.2.7. Metodologías para la validación de la <i>Agenda Setting</i> .....	319
8.2.8. Clasificación y perfil de los temas de la <i>Agenda Setting</i> 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 <i>disnomia</i> y la <i>anomia</i> 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
<b>Bibliografía</b> .....	<b>330</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA GENERAL</b> .....	<b>333</b>
<b>ÍNDICE TEMÁTICO</b> .....	<b>353</b>