Índice general

Introducción .................................................................................................................... 11

1. Plataformas de medios tradicionales, cibermedios y medios móviles........ 17
   Por Mariano Cebrián Herreros ............................................................................. 17
   1.1. Las plataformas como integración de medios .............................................. 18
       1.1.1. Medios tradicionales ....................................................................... 20
       1.1.2. Plataformas de cibermedios ............................................................... 20
       1.1.3. Plataformas de medios móviles .......................................................... 22
       1.1.4. Convergencia y sinergias de las plataformas ........................................ 22
   1.2. Diversidad y desarrollo técnico-comunicativo de las plataformas .............. 23
       1.2.1. Plataformas tradicionales de satélites, cable y ondas hertzianas..... 24
       1.2.2. Internet como plataforma de cibermedios fijos interactivos .............. 27
       1.2.3. La telefonía móvil como plataforma de cibermedios y medios móviles ........................................................................ 29
   1.3. Transformaciones en los procesos comunicativos e informativos .......... 30
   1.4. Complejidad de contextos sociales, culturales, económicos y políticos .... 33
   1.5. Conclusiones ................................................................................................. 39

2. Sinergias entre periódicos y ciberperiódicos: estudio de los diarios El País, El Mundo, ABC, La Razón, La Vanguardia y El Periódico de Catalunya .......................................................................................................................... 42
   Por Margarita Antón Crespo y Carlos Méndez Ruiz ...................................... 42
   2.1. Introducción ................................................................................................. 42
   2.2. Periodismo y tecnología, ámbito histórico .................................................. 43
   2.3. Periodismo e internet .................................................................................. 44
   2.4. Ciberperiodismo ......................................................................................... 48
   2.5. Participación ciudadana ............................................................................. 50
   2.6. Metodología ................................................................................................. 52
       2.6.1. Análisis y muestra de contenidos ......................................................... 53
       2.6.2. El Periódico de Catalunya .................................................................... 53
       2.6.1.2. Conclusiones sobre El periódico de Catalunya ............................... 54
2.6.2. El Mundo ................................................. 54
2.6.2.1. Conclusiones sobre El Mundo ..................... 56
2.6.3. ABC ......................................................... 56
2.6.3.1. Conclusiones sobre abc ......................... 57
2.6.4. La Razón ................................................ 57
2.6.4.1. Conclusiones sobre La Razón ................. 59
2.6.5. La Vanguardia ......................................... 59
2.6.5.1. Conclusiones sobre La Vanguardia .......... 60
2.6.6. El País ..................................................... 61
2.6.6.1. Conclusiones sobre El País ..................... 62
2.7. Conclusiones generales ....................................... 62

Referencias bibliográficas ........................................ 63

3. El uso del audio y del vídeo en los ciberperiódicos .......... 65
Por Mª de las Mercedes Zamarra López
3.1. Introducción ..................................................... 65
3.2. Situación y contextualización en los estudios anteriores sobre el tema ...... 68
3.3. La información audiovisual y sonora ......................... 69
3.4. Desarrollo de los resultados .................................. 74
3.4. Conclusiones .................................................... 78
Referencias bibliográficas ........................................ 78
Webografía .......................................................... 79

4. El uso analítico, crítico y constructivo de los portales especializados en relación con la educación ......................................... 80
Por Donaciano Bartolomé Crespo
4.1. Introducción ..................................................... 80
4.2. Modelos y resultados según diversos análisis .................. 82
4.2.1. Resultados del análisis descriptivo y de contenido a partir de entrevistas y grupos de discusión ......................................... 82
4.2.2. Resultados del análisis sobre el diseño conceptual y comparativo ...... 95
4.2.3. Resultados del análisis comparado y de contenidos de tres portales educativos institucionales de una misma Comunidad Autónoma .......... 98
4.2.4. Presentación de otros portales educativos .................. 101
4.4. Conclusiones .................................................... 103
4.5. Fuentes .......................................................... 105

5. Expresión creativa y sonora de los blogs en el contexto interactivo y multimedia de la ciberradio ......................................... 106
Por M. Julia González Conde
5.1. Introducción ..................................................... 106
5.2. Los blogs y sus mecanismos comunicacionales. Lenguaje, forma y contenidos ....................................................... 108
5.3. Características de los blogs ..................................... 110
# Índice general

5.4. Los blogs: entornos comunicativos para audiencias interactivas .......... 114  
5.5. Los blogs entendidos como diarios personales .................................. 116  
5.6. Los blogs sonoros: radioblogs o audioblogs ........................................ 117  
5.7. Algunas indicaciones más sobre los blogs albergados en las siguientes ciberradios ...................................................................................... 119  
5.7.1. Blogs rne ................................................................................ 119  
5.7.2. Blogs Cadena ser ..................................................................... 120  
5.7.3. Blogs Onda Cero ..................................................................... 122  
5.7.4. Blogs Punto Radio ................................................................... 123  
5.7.5. Blogs cOPE ............................................................................... 123  
5.8. A modo de conclusión ........................................................................ 124  
Referencias bibliográficas ........................................................................... 126  

6. Presencia, innovación y estrategias de producción de los podcasting en la radio pública y privada a través de su convergencia multimedia........ 128  
Por Carmen Salgado  
6.1. Introducción ..................................................................................... 128  
6.2. El interés empresarial de las emisoras radiofónicas en la red .................. 132  
6.3. El uso de recursos en internet ............................................................. 133  
6.4. Los géneros ....................................................................................... 135  
6.5. Conclusiones ..................................................................................... 135  
6.6. Los podcast en las emisoras españolas ................................................. 136  
6.6.1. Podcast en Radio Nacional de España ..................................... 137  
6.6.2. Podcast en la Cadena cope ....................................................... 138  
6.6.3. Podcast en la Cadena Ser ......................................................... 139  
6.6.4. Podcast Onda Cero ................................................................. 140  
6.6.5. Podcast Punto Radio ............................................................... 141  
6.7. Los podcast en emisoras extranjeras .................................................... 141  
6.7.1 Podcast en bbc Radio ................................................................ 142  
6.7.2. Poscast en la CBS Inc ................................................................ 145  
Referencias bibliográficas ........................................................................... 146  

7. La televisión en internet: las web de las cadenas españolas............... 148  
Por Luis Miguel Martínez y Francisco Rodríguez Pastoriza  
7.1. Introducción ..................................................................................... 148  
7.2. Algunos ejemplos .............................................................................. 149  
7.3. España. Estado de la cuestión ................................................................ 149  
7.4. Radiotelevisión Española (RTVE) (www.rtve.es) ................................ 150  
7.4.1. La información de televisión en la web RTVE.............................. 151  
7.5. Antena 3 Televisión (www.antaena3.com) ....................................... 153  
7.6. Téle 5 (www.telecinco.es) ............................................................... 155  
7.7. La Sexta (www.lasexta.com) ............................................................ 156  
7.7.1. Servicios de las páginas web ..................................................... 158  
7.8. Cuatro y CNN+, una televisión para internet .................................... 158  
7.8.1. Cuatro TV y CNN+ en la web .................................................... 159
8. Los blogs especializados en la prensa digital............................................. 169
Por Francisco Esteve Ramírez y Pastora Moreno Espinosa
8.1. Visibilidad ................................................................. 171
8.2. Contenidos temáticos.......................................................... 172
8.2.1. Opinión .............................................................. 173
8.2.4. Política nacional ...................................................... 176
8.2.5. Cultura .............................................................. 177
8.3. Conclusiones ............................................................... 185
Referencias bibliográficas ................................................................. 186

9. Agencias versus portales de información: la batalla por la distribución
   de la información en el ciberespacio ...................................................... 187
Por Rafael Díaz Arias
9.1. Planteamiento y objetivo .................................................. 187
9.2. Portales ........................................................................... 189
9.2.1. Génesis y evolución de los portales ................................. 189
9.2.2. Portales informativos: los modelos de Yahoo y Google .......... 190
9.2.3. Los portales, los nuevos filtros informativos en la Red .......... 194
9.3. Agencias ........................................................................... 196
9.3.1 Las agencias, los filtros primarios del universo mediático ......... 196
9.3.2. La redefinición de las agencias en el ciberespacio: modelos
       abiertos y cerrados .......................................................... 199
9.3.3. El papel de las agencias como filtros en el ciberespacio .......... 204
9.4. Estudio empírico .................................................................. 206
9.4.1. Cuestión e hipótesis ...................................................... 206
9.4.2. Metodología .............................................................. 206
9.5. Resultados ........................................................................ 208
9.6. Conclusiones y discusión .................................................... 213
9.7. Tablas ............................................................................. 215
Referencias bibliográficas ................................................................. 216

10. Los wikidiarios y la comunicación on-line: análisis conceptual de
    proyectos informativos de naturaleza colaborativa en la web 2.0 .......... 219
Por José Manuel Pérez Tornero y Santiago Tejedor Calvo
10.1. Introducción ...................................................................... 219
10.2. Wiki y ciberperiodismo: Concepto y posibles aplicaciones
     ciberperiodísticas ...................................................................... 221
10.3. Estudio de casos: Análisis de tres iniciativas de wikidiarios .......... 226
10.4. El enfoque ciberperiodístico en la filosofía wiki ..................... 233
10.5. Conclusiones ...................................................................... 235
Referencias bibliográficas ..................................................................... 236
Índice general

11. Periodismo a través de periféricos móviles ................................................................. 237

Por Jesús Miguel Flores Vivar

11.1. 1ª PARTE: Introducción al periodismo móvil.......................................................... 237

11.1.1. El móvil: desarrollo e implantación. ..................................................................... 237

11.1.1.1. Avances en tecnología móvil ........................................................................... 239

11.1.1.2. Cultura de la convergencia en la telefonía móvil.............................................. 239

11.1.2. El móvil como herramienta periodística: periodismo móvil............................... 240

11.1.3. El móvil como plataforma de contenidos ................................................................ 241

11.1.3.1. Fuentes de financiación de los contenidos móviles ........................................... 242

11.2. 2ª PARTE: Estudio de medios españoles que promueven el periodismo móvil .......... 243

11.2.1. Televisión .............................................................................................................. 243

11.2.1.1. El caso de Digital+ móvil ............................................................................... 243

11.2.1.2. Cuatro ............................................................................................................. 244

11.2.1.3. Telecinco ........................................................................................................ 245

11.2.1.4. Antena 3 ....................................................................................................... 246

11.2.1.5. La Sexta ....................................................................................................... 246

11.2.1.6. TVE .............................................................................................................. 247

11.2.1.7. MTV España .................................................................................................. 248

11.2.2. Prensa escrita ..................................................................................................... 249

11.2.2.1. Prensa generalista ......................................................................................... 249

11.2.2.2. Prensa deportiva .......................................................................................... 251

11.2.2.3. Prensa económica ......................................................................................... 252

11.3. 3ª PARTE: Perspectivas y tendencias de futuro ....................................................... 253

11.3.1. Tendencias de futuro del periodismo móvil ......................................................... 253

11.3.1.1. Perspectivas del periodismo móvil en televisión ............................................. 254

11.3.1.2. Perspectivas del periodismo móvil en prensa ................................................. 254

Referencias bibliográficas ................................................................................................. 256

12. El ciberperiodista en la web 2.0: concepciones, perfiles y habilidades del periodista en la Red social ................................................................. 257

Por José Manuel Pérez Tornero y Santiago Giraldo Luque

Introducción......................................................................................................................... 257

12.1. Recorrido Histórico. El perfil profesional del ciberperiodista ................................. 258

12.1.1. El ciberperiodista: Reflexiones del 1996 a la actualidad .......................................... 259

12.2. Ámbitos de formación y formación específica ......................................................... 265

12.2.1. Requerimientos, necesidades y demandas ......................................................... 267

12.3. Producción periodística y web 2.0: Un análisis de los contenidos de los cibermedios ......................................................................................................................... 270

12.3.1. Autores de la información .................................................................................... 270

12.3.2. Uso de recursos multimedia en la información .................................................... 272

12.3.3. Actualización de la información on-line ............................................................. 274

12.3.4. Participación y visibilización de los usuarios ....................................................... 275

12.3.5. Conclusiones ..................................................................................................... 276

Referencias bibliográficas ................................................................................................. 277