

# Sumario

Prólogo .....	9
<b>1. Hacia una redefinición del periodismo: retos y perspectivas en el contexto digital,</b> <i>por Ramón Reig y Rosalba Mancinas-Chávez. ....</i>	<b>17</b>
1. <i>Entonces ¿qué es el periodismo? .....</i>	17
2. <i>Antecedentes de la «adulteración» del periodismo     en la prensa digital. ....</i>	19
3. <i>¿Cómo y por qué perjudican las TIC a lo que debe ser     el periodismo? .....</i>	25
4. <i>Nuevas formas ante la llegada de lo digital:     sálvese el que pueda .....</i>	32
5. <i>Discusión y conclusiones .....</i>	37
<i>Referencias .....</i>	39
<b>2. La identidad del periodismo del siglo XXI: entre la desinformación y las <i>fake news</i>,</b> <i>por María José García Orta y María José Ruiz Acosta. ...</i>	<b>41</b>
1. <i>Introducción .....</i>	41
2. <i>En los comienzos del periodismo .....</i>	42
3. <i>La importancia del fact-checking .....</i>	47
4. <i>La verificación en España .....</i>	52
<i>Referencias bibliográficas. ....</i>	64

<b>3. Nuevos espacios para la redefinición de la profesión periodística,</b>	
<i>por José Luis Rojas Torrijos y Concha Pérez Curiel . . . . .</i>	<i>67</i>
1. <i>Introducción: la eclosión de un nuevo pseudoperiodismo digital, amateur y ciudadano . . . . .</i>	<i>68</i>
2. <i>Redes sociales como paradigma, fragmentación de audiencias y nuevas formas de noticias en la Red. Prosumers e influencers . . . . .</i>	<i>71</i>
3. <i>¿Intrusismo? Nichos temáticos en las plataformas digitales no periodísticas . . . . .</i>	<i>74</i>
4. <i>Nuevos perfiles profesionales en las redacciones: de la transversalidad a la especialización . . . . .</i>	<i>77</i>
5. <i>Universidad y empresa mediática, una alianza necesaria para la profesionalización del periodismo . . . . .</i>	<i>80</i>
6. <i>Periodistas de gabinete en empresas e instituciones: entre el periodismo y la comunicación . . . . .</i>	<i>84</i>
<i>Referencias bibliográficas. . . . .</i>	<i>88</i>
<b>4. La especialización periodística como valor añadido en formatos digitales largos y pausados: Contexto, Esglobal y Yorokobu,</b>	
<i>por Maritza Sobrados-León y Manuel J. Cartes-Barroso . .</i>	<i>93</i>
1. <i>Introducción . . . . .</i>	<i>93</i>
2. <i>Objetivos y metodología . . . . .</i>	<i>96</i>
3. <i>La especialización no está reñida con la Red . . . . .</i>	<i>97</i>
4. <i>El periodista todoterreno o polivalente frente al periodista especializado. El viejo debate que se renueva. . . . .</i>	<i>99</i>
5. <i>Formatos largos, pausados y narrativos . . . . .</i>	<i>104</i>
6. <i>Tres modelos: Contexto, Esglobal y Yorokobu . . . . .</i>	<i>110</i>
6.1. <i>Contexto . . . . .</i>	<i>110</i>
6.2. <i>Esglobal. . . . .</i>	<i>114</i>
6.3. <i>Yorokobu . . . . .</i>	<i>116</i>
7. <i>Conclusiones . . . . .</i>	<i>120</i>
8. <i>Referencias . . . . .</i>	<i>121</i>

- 
5. **Riesgos y desafíos del periodismo inteligente,**  
*por Antonio López-Hidalgo y Isaac López-Redondo . . . . 125*
1. *Introducción. Cómo contar un mundo que está cambiando tanto . . . . . 125*
  2. *Metodología y objetivos . . . . . 129*
  3. *La automatización de las redacciones . . . . . 130*
  4. *Pequeños retos inalcanzables, grandes logros nunca soñados . . . . . 133*
  5. *Robots que escriben noticias y presentan telediarios. . . 138*
  6. *Discusión y conclusiones. . . . . 146*
  7. *Referencias documentales . . . . . 148*
6. **La transformación digital de la Prensa,**  
*por José Álvarez Marcos . . . . . 151*
- La prensa convencional. . . . . 153*
- El futuro del papel . . . . . 154*
- Los primeros ciberperiódicos . . . . . 157*
- Rentabilizar los proyectos periodísticos . . . . . 161*
- Transformación y madurez digital. . . . . 163*
- Modelos de éxito. . . . . 166*
- Inteligencia Artificial y Big Data. . . . . 168*
- Pagar por la información . . . . . 170*
- Referencias. . . . . 175*
7. **Nuevas narrativas en el periodismo audiovisual. Realidad aumentada en la información audiovisual en España,**  
*por Inés Méndez Majuelos. . . . . 181*
1. *Introducción . . . . . 181*
  2. *El Periodismo Inmersivo . . . . . 183*
  3. *La realidad aumentada en la información audiovisual 186*
  4. *La realidad aumentada en España . . . . . 190*
    - 4.1. *Contenidos informativos y la divulgación . . . . 192*
    - 4.2. *El Análisis Político. . . . . 201*
    - 4.3. *Nuevas narrativas para contenidos de carácter social y humano . . . . . 204*
  5. *Conclusiones . . . . . 207*
  - Referencias. . . . . 209*