

Índice general

1. Introducción	7
1.1. <i>Organización de la obra</i>	<i>9</i>
2. La importancia de la gestión de la información.....	11
2.1. <i>Definición de gabinete de comunicación.....</i>	<i>12</i>
2.2. <i>Los gabinetes de comunicación en la sociedad actual</i>	<i>13</i>
2.3. <i>Características generales</i>	<i>17</i>
2.4. <i>Los gabinetes de comunicación y las nuevas tecnologías</i>	<i>21</i>
3. El departamento de comunicación on line.....	23
3.1. <i>Aproximación a su significado</i>	<i>23</i>
3.2. <i>Posibles modificaciones en el proceso de comunicación</i>	<i>28</i>
4. Contexto actual.....	35
4.1. <i>Panorámica de los gabinetes de comunicación on line.....</i>	<i>35</i>
4.2. <i>Los periodistas ante las TIC y las salas de prensa on line.....</i>	<i>43</i>
5. Cómo crear un gabinete de comunicación on line	46
5.1. <i>Primeros pasos.....</i>	<i>46</i>
5.2. <i>Principales etapas de la creación</i>	<i>48</i>
5.3. <i>Ventajas e inconvenientes. Algunos riesgos.....</i>	<i>50</i>
6. Diseño, elementos y principios generales.....	54
6.1. <i>Diseño.....</i>	<i>54</i>
6.2. <i>Elementos (o servicios) de un gabinete de comunicación on line.....</i>	<i>64</i>
6.3. <i>Principios generales para elegir funciones y servicios o aplicaciones web para el gabinete</i>	<i>85</i>

7. Propuesta de instrumentos del gabinete on line.....	92
8. Para finalizar	136
9. Bibliografía general y fuentes electrónicas	138