

## Introducción

Por María Ángeles Cabrera. Universidad de Málaga..... 9

*La tecnología como base del proceso de convergencia* ..... 11

*La convergencia orientada hacia la distribución multiplataforma*.... 12

## 1. Cibermedios: conceptualización y tipologías

Por Jaime Alonso. Universidad de Murcia..... 21

*La evolución tecnológica y el nuevo sistema de comunicación* ..... 21

*Creación de contenidos de manera flexible* ..... 22

*Creación de contenidos de manera colaborativa* ..... 24

*Indexación y búsqueda de contenidos* ..... 24

*Combinar, gestionar, agregar, consumir y compartir contenidos* ..... 25

*Cibermedios* ..... 26

*Conceptualización* ..... 26

*Características de los cibermedios* ..... 29

*Tipologías de Cibermedios* ..... 31

a) *Tipología que distingue los cibermedios de otras formas de comunicación* ..... 32

b) *Tipología centrada en modelos de comunicación* ..... 33

c) *Tipología centrada en el origen de los cibermedios* ..... 34

d) *Tipología centrada en el nivel de dinamismo de los cibermedios* ..... 34

e) *Tipología centrada en el tipo de actividad de los usuarios* ..... 35

f) *Tipología centrada en la finalidad del tratamiento de los contenidos informativos* ..... 36

<b>2. El medio ubicuo: tecnologías para la distribución multiplataforma</b>	
Por Pedro Antonio Rojo Villada. Universidad de Murcia .....	39
<i>Concepto de convergencia .....</i>	40
<i>¿Hacia dónde se dirige la convergencia de los medios?.....</i>	42
<i>Tecnologías que hacen posible la convergencia.....</i>	43
<i>Las empresas de comunicación ante la realidad de la convergencia tecnológica.....</i>	44
<i>Tecnologías para la distribución de los contenidos .....</i>	50
<b>3. Efectos de la tecnología en la profesión y en la producción periodística</b>	
Por Pere Masip y Bella Palomo. Universidad Ramón Llull y Universidad de Málaga .....	55
<i>Internet y práctica periodística: una relación inevitable.....</i>	57
<i>El periodista polivalente.....</i>	59
<i>La producción instantánea del periodista móvil.....</i>	62
<i>Dilemas en torno a la web 2.0.....</i>	64
<b>4. Evolución de la tecnología y el diseño de la información</b>	
Por María Ángeles Cabrera González. Universidad de Málaga .....	76
<i>Antecedentes tecnológicos y diseño de los cybermedios .....</i>	78
<i>Nuevas aplicaciones tecnológicas para la redacción, diseño y edición de la información .....</i>	79
<i>Principales retos para la profesión periodística desde el punto de vista el diseño .....</i>	83
<b>5. Efecto de la tecnología sobre la participación de las audiencias</b>	
Por María Sánchez González. Universidad de Málaga .....	87
<i>Introducción .....</i>	87
<i>Audiencias, interacción y participación en el contexto de la comunicación en Red.....</i>	88
— <i>La interactividad, rasgo definitorio de los cybermedios .....</i>	88
— <i>Incidencia de la interactividad comunicativa y participación sobre los medios y la opinión pública: cambio de paradigma.....</i>	90
<i>Evolución de la interactividad y de la participación de las audiencias en el ecosistema mediático digital .....</i>	91

— <i>Web 1.0: El usuario como lector y comentarista marginal u ocasional en los cybermedios</i> .....	91
— <i>De la web 1.0 a la 2.0: Factores tecnológicos que potencian la interacción y la participación online</i> .....	94
— <i>Incidencia de las tecnologías web 2.0 sobre la participación del usuario (de fuente a autor de medios sociales) y sobre el ecosistema mediático digital</i> .....	96
— <i>Herramientas sociales para la participación del público en medios convencionales</i> .....	97
<i>Tendencias y claves para la relación de los medios con sus audiencias</i> .....	101
— <i>Situación actual: convivencia entre fórmulas convencionales y nuevas herramientas y tecnologías para la participación</i> .....	101
— <i>Tendencias para un futuro que ya está presente</i> .....	104
— <i>Motivaciones de los medios ante el potencial de las herramientas participativas</i> .....	105
— <i>¿Quieren los medios realmente dialogar con sus audiencias? Riesgos, retos e interrogantes</i> .....	106
— <i>Claves para una verdadera participación: capacitación y transformación cultural de los actores implicados y adaptación de los sistemas tecnológicos</i> .....	107
<b>6. Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación</b>	
Por Ana I. Bernal Triviño. Universidad de Málaga.....	112
<i>Origen de las redes sociales</i> .....	113
<i>Las redes sociales en el contexto de la Sociedad de la Información. Conceptos</i> .....	114
<i>Características de la red social que benefician a los medios de comunicación</i> .....	116
<i>Consecuencias de la introducción de las redes sociales en los medios de comunicación</i> .....	118
<i>Situación actual. Uso de las redes sociales</i> .....	121
<i>Tendencias en el uso de las redes sociales</i> .....	123
<b>7. Contenidos informativos en la plataforma móvil: horizontes y desafíos</b>	
Por Juan Miguel Aguado y Andreu Castellet. Universidad de Murcia	129
<i>Horizontes de la tecnología móvil</i> .....	130

<i>La tecnología en contexto</i> .....	133
<i>Los medios en el ecosistema móvil</i> .....	135
<i>El móvil en el ecosistema mediático</i> .....	138
1 <i>Primeras experiencias</i> .....	139
2. <i>Segunda etapa: La eclosión del Internet móvil</i> .....	140
3. <i>Tercera etapa: La Web se ‘moviliza’</i> .....	141
<i>Tendencias y desafíos</i> .....	143
<b>8. Mediación tecnológica y estructura de negocio de la información en Internet</b>	
Por M <sup>a</sup> Nereida Cea Esteruelas. Labcom-Universidad de Málaga	147
<i>Aproximación a Internet, desde la economía de los medios</i> .....	149
<i>Los procesos disruptivos en la industria de la información</i> .....	151
<i>Incidencia del entorno digital en el modelo de negocio de las empresas de comunicación</i> .....	153
<i>Modelos de negocio y estructura de ingresos</i> .....	157
<b>9 Tendencias y prospectiva tecnológica de los medios de comunicación</b>	
Por José Antonio Martínez Salmerón. Labcom-Universidad de Málaga .....	166
<b>10. Conclusiones</b>	
Por María Ángeles Cabrera. Universidad de Málaga .....	177
<i>Efectos de la tecnología en los medios de comunicación</i> .....	178
<i>La tecnología en el proceso de comunicación. Definición de variables para su análisis</i> .....	179