Índice general

Prólogo de Bernardo Díaz Nosty 5

Introducción 11

I. Origen y evolución de los medios de comunicación españoles en Internet 15
1.1. Repaso de los antecedentes 16
1.2. La Prensa, reina de la comunicación binaria 17
1.3. Aproximación histórica 20
1.4. Las estrategias de los grupos multimedia 27
1.5. Una oportunidad ¿en crisis? 29

II. La metamorfosis del periodista en la era Internet 34
2.1. Una nueva socialización 35
2.2. Perfeccionamiento de las rutinas laborales 37
2.3. Reducción de tiempo y gastos 40
2.4. Nuevas estrategias para los gabinetes de prensa 42

III. Teorías sobre la nueva identidad del periodista 45
3.1. El nacimiento del periodista multimedia 47
3.2. Asociaciones profesionales de periodistas digitales 53

IV. Las funciones del periodista *on line* 56
4.1. Consecuencias y quejas 62
4.2. Dilemas éticos en la era diital 67
4.3. Los *j-blogs* o el éxito del microperiodismo 71

V. Una formación adaptada 78
5.1. Requisitos del nuevo profesional 82

VI. El perfil de las redacciones del siglo XXI 86
6.1. Formación 88
6.2. Sexo 88
6.3. Edad 89
6.4. Staff 90
6.5. Horario 91
6.6. Sueldo 93
6.7. Tiempos para la reorganización 95
6.8. Análisis del caso norteamericano 101

VII. El desafío redaccional 108
7.1. Cómo escribir para Internet 109
7.2. La escaneabilidad, el hipertexto y la interacción, las grandes claves 111
7.3. El triunfo del lenguaje coloquial 113
7.4. La influencia del soporte 114
7.5. Otras prohibiciones 116

VIII. El reto del futuro inalámbrico 118

IX. Enlaces recomendados 124

Notas 129

Fuentes documentales 153