

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 <i>on line</i>	56
4.1. Consecuencias y quejas	62
4.2. Dilemas éticos en la era diital	67
4.3. Los <i>j-blogs</i> 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