

Introducción	7
I. Nuevos modelos y formas de la comunicación	11
1.1. <i>Vectores de cambio</i>	12
1.2. <i>Revolución informática y revolución digital.....</i>	13
1.3. <i>Características de la comunicación en red</i>	15
1.4. <i>De la web 1.0 a la 2.0.....</i>	23
1.4.1. <i>El código HTML y los editores web.....</i>	24
1.4.2. <i>Sistemas de gestión de contenidos (CMS).....</i>	26
1.5. <i>Comunicación de masas y comunicación en red</i>	28
II. Cibermedios	35
2.1. <i>Evolución de los cibermedios en España</i>	35
2.2. <i>Triple crisis: económica, publicitaria, de la comunicación.....</i>	46
2.3. <i>Viejos y nuevos cibermedios</i>	50
2.3.1. <i>Cibermedios provenientes de medios convencionales</i>	51
2.3.2. <i>Periodistas «de papel» en Internet</i>	55
2.3.3. <i>Nativos digitales.....</i>	56
III. Periodismo digital: flexibilidad, precariedad y modelos de negocio	60
3.1. <i>El periodista digital</i>	60
3.1.1. <i>Flexibilidad</i>	61
3.1.2. <i>Precariedad.....</i>	65
3.2. <i>Nuevos perfiles profesionales</i>	69
3.3. <i>Modelos de negocio</i>	72

3.3.1. Modelos basados en publicidad.....	73
3.3.2. Modelos basados en contenidos de pago	76
IV. Audiencias y públicos	85
4.1. Audiencias	86
4.1.1. Datos generales.....	86
4.1.2. Cibermedios.....	90
4.2. Públicos.....	99
V. Producción de contenidos para Internet	109
5.1. El flujo de la información en Internet	109
5.2. Las empresas periodísticas en un escenario de incertidumbre	114
5.3. Técnicas de redacción y edición de contenidos periodísticos para Internet	121
VI. Géneros digitales	126
6.1. Géneros informativos: la noticia	127
6.2. Géneros interpretativos: el reportaje	133
6.3. Géneros argumentativos	137
6.4. Géneros dialógicos.....	145
VII. Nuevas formas de organización de la información:	
redes sociales	147
7.1. Características.....	147
7.2. Tipología	150
7.3. Periodismo e información vía redes sociales.....	154
7.4. Gestión de la comunicación a través de las redes sociales	161
Bibliografía	164