Índice

Introducción 11

Capítulo 1
Las premoniciones cumplidas 21

1. El entorno 23
   1.1 Primero fue la sociedad de la información 23
   1.2 Agenda social digital 27
   1.3 El papel de los medios de comunicación tradicionales y digitales 31
2. El futuro del periodismo 34
   2.1 La fricción y la información 34
   2.2 Más conceptos de la física: fusión, implosión y disrupción 38
   2.3 Escenarios futuros: los medios como guías de las personas 45

Capítulo 2
Periodismo digital 55

1. A propósito de la evolución y la convergencia 58
2. Modelos y cualidades del diario en línea 62
3. ¿Nuevo lenguaje de comunicación? 65

Testimonio. "Escribimos para personas y algoritmos…" 72

Capítulo 3
Los ciberperiódicos limeños 75

1. Historia y evolución 78
   1.1 Los más populares 81
   1.2 Hitos y referencias de diez ciberperiódicos 87
2. Evaluación de los periódicos digitales 99

Testimonio. Bajarnos de la ola 105

Capítulo 4
Estructuras de las plataformas web 107
1. Análisis de las portadas 110
1.1 Correo.pe 113
1.2 Diario16.pe 120
1.3 Elcomercio.pe 127
1.4 Elperuano.pe 134
1.5 Gestion.pe 139
1.6 Diariouno.pe 145
1.7 Larepublica.pe 154
1.8 Libero.pe 166
1.9 Peru21.pe 171
1.10 Trome.pe 178
2. Enlaces desde la portada 183
Testimonio. Cambios que demandan cambios 185

Capítulo 5
Secciones y sus elementos 187
1. *Correo* 194
2. *Diario16* 196
3. *El Comercio* 199
4. *El Peruano* 202
5. *Gestión* 205
6. *Diario Uno* (antes *La Primera*) 208
7. *La República* 210
8. *Líbero* 213
9. *Perú 21* 216
10. *Trome* 219
Testimonio. Industria digital en el Perú: haciendo camino al andar 221

Capítulo 6
Análisis de la interacción y de la adopción de la web 2.0 223
1. Interacción con el medio 229
1.1 Comunicación con el autor de la noticia y con la redacción 229
1.2 Comentarios en las noticias publicadas y las entradas a los blogs 231

1.3 Votación de noticias publicadas por el medio de comunicación 234
1.4 Modificar o corregir el contenido 235
2. Publicación de contenidos creados por los usuarios 235
2.1 Creación de blogs 237
2.2 Publicación de textos 237
2.3 Publicación de fotos y difusión de videos 237
2.4 Secciones exclusivas para contenidos creados por los usuarios 237
3. Registro del usuario y contactos con otros usuarios 242
3.1 Registro por parte del usuario 242
3.2 Contacto con otros usuarios registrados 246
4. Acceso a la información 246
4.1 Acceso a la información a través de la portada 246
4.2 Acceso a la información a través de las secciones 246
4.3 Acceso a la información a través de noticias relacionadas 246
4.4 Acceso a la información a través del buscador 248
4.5 Acceso a la información a través del mapa web 249
4.6 Acceso a la información a través de la recomendación de los usuarios 249
4.7 Acceso a la información a través de plataformas externas de la web 2.0 253
5. Personalización de la información 266
5.1 Adaptación de la interfaz del sitio web del medio de comunicación en función de los contenidos de interés para el usuario 266
5.2 Sindicación de contenidos del medio de comunicación a través del móvil o del correo electrónico 266
5.3 Suscripción de alertas o boletín electrónico 271
6. El medio ofrece distintas versiones de su información 271
6.1 Versión impresa 273
6.2 Visión global 274
6.3 Versión digital actualizada de forma constante 275
6.4 Versión impresa adaptada a la web 275
7. Empleo de herramientas de la web 2.0 275
7.1 Compartir información con otros usuarios 275
7.2 Blogs vinculados al medio de comunicación 277

8. Presencia de los medios de comunicación en otras plataformas de la web 2.0 277
8.1 Presencia del medio de comunicación en plataformas audiovisuales 279
8.2 Presencia del medio de comunicación en plataformas de imágenes 280
8.3 Presencia del medio de comunicación en plataformas de *microblogging* 280
8.4 Vinculación entre el sitio web del medio de comunicación y las plataformas sociales 284
8.5 Empleo de redes sociales propias 284
8.6 Presencia del medio de comunicación en redes sociales profesionales externas 284
8.7 Presencia del medio de comunicación en redes sociales de amistad 284
Testimonio. Cuando la tecnología impone la pauta 285

Capítulo 7
El factor humano: el periodista digital 287
1. Condicionantes individuales 292
1.1 Variables sociodemográficas: joven, masculina y profesional 292
1.2 Experiencia laboral y entrenamiento 296
2. Rutinas laborales 299
2.1 Jornada laboral: más de ocho horas diarias 301
2.2 Principales tareas 305
3. Condicionantes organizacionales 319
3.1 Interacción con la plataforma y las áreas digitales 321
3.2 Interacción de la web con el impreso 322
4. Percepciones sobre las fortalezas y debilidades de las webs 325

Referencias 335