

Prólogo [Javier Díaz Noci]	11
Introducción	15
Capítulo 1. Prensa digital	23
1. Concepto.....	23
2. Sistemas de distribución.....	26
2.1. Teletexto	27
2.2. Videotexto.....	28
2.3. Internet	29
2.4. Discos ópticos	32
2.5. Dispositivos de lectura.....	33
3. Evolución de la prensa digital	35
3.1. Nacimiento y primeros años (1994-1999).....	35
3.2. Expansión inicial (2000-2001).....	36
3.3. Primera crisis (2002-2004)	38
3.4. Segunda expansión (2005-2008).....	39
3.5. Segunda crisis (desde el 2009).....	39
4. Características de la prensa digital.....	40
4.1. Interactividad	41
4.2. Multimedialidad	42
4.3. Hipertextualidad	42
4.4. Actualización permanente	43
4.5. Personalización	44
4.6. Memoria (archivo o documentación).....	46

5. ¿Cómo es un diario digital?	47
5.1. Contenidos	48
5.1.1. Información [48]. 5.1.2. Servicios [50]. 5.1.3. Publicidad [53].	
5.2. Estructura y diseño	53
5.2.1. Portada [54]. 5.2.2. Inicio de sección [56]. 5.2.3. Noticia [56]. 5.2.4. Tipografía [58].	
6. El diario actual: multimedia social.	59
6.1. Multimedia	59
6.1.1. Fotografías [61]. 6.1.2. Gráficos [62]. 6.1.3. Vídeos [63]. 6.1.4. Sonido [66]. 6.1.5. Reportaje multimedia [66].	
6.2. Web 2.0 en la prensa	68
6.2.1. Blogs [68]. 6.2.2. Sistemas de promoción y valoración de las noticias [71]. 6.2.3. Sistemas para la elaboración de informaciones por parte de los lectores [71]. 6.2.4. Redes sociales [72]. 6.2.5. <i>Microblogging</i> [73]. 6.2.6. <i>Widgets</i> [75].	
7. Uso	75
7.1. Difusión.	76
7.2. Audiencias.	78
7.3. Otros estudios	80
7.4. ¿Qué nos dicen?	81
7.4.1. ¿Cuántos usuarios? [81]. 7.4.2. Desigualdades [81]. 7.4.3. Contacto con prensa [82]. 7.4.4. La frecuencia y el tiempo dedicado [83]. 7.4.5. Prensa digital y prensa impresa [84]. 7.4.6. Qué medios se leen más [85].	
8. Modelo de negocio	87
9. Prospectiva	90
9.1. El futuro de la prensa escrita	90
9.2. Los nuevos agentes	92
Capítulo 2. Fuentes de información sobre prensa digital	95
1. Introducción.	95
2. Acceso a cabeceras de prensa (directorios).	98
3. Búsqueda de información	101
3.1. Hemeroteca histórica.	101
3.2. Hemeroteca digital de un medio	104
3.3. Bases de datos de prensa	110

4.1. Seguimiento de prensa	114
4.2. Seguimiento en línea	117
5. Agregación de información	118
5.1. Agregación manual de noticias	119
5.2. Agregación automatizada de noticias.	120
5.3. Agregación social de noticias.	124
Capítulo 3. La prensa digital en la biblioteca	127
1. Introducción	127
2. Evaluación.	128
3. Adquisición	136
3.1. Compra individual.	136
3.2. Compra por paquetes	137
4. Digitalización retrospectiva	138
5. Preservación	140
6. Análisis y recuperación de la información	143
6.1. Guías temáticas de prensa	143
6.2. Bases de datos de información local.	144
7. Difusión	146
8. Formación de usuarios	147
Conclusiones	149
Epílogo. El periodismo digital: lo mejor que tenemos en la Web [Lluís Codina] ...	151
Bibliografía	155
Índice de productos y servicios	167