

## INDICE

<b>Introducción: La televisión del siglo XXI empezó ayer</b>	15
<b>I. Si la televisión y ano se hace en televisores</b>	
1. La nueva bola de cristal es digital	24
2. De la caja tonta a la caja demasiado lista: las redacciones digitales	28
3. El PC gana la batalla de la edición no lineal	32
4. Todo es digital, hasta el archivo	36
5. La muerte analógica del aparato	39
<b>II. ¿Seguiremos viendo la televisión en el televisor?</b>	
6. El amanecer de la e-vida	43
7. Uno para todos y todos para uno, la era de la convergencia	47
8. ¿Quién ganara la guerra, Web TV o TV Web?	53
9. El ancho de banda, la tierra prometida de Internet	59
10. La locomotora que nos arrastra es la televisión	63
<b>III. Nace un nuevo concepto: el portal de televisión</b>	
11. La evolución	67
12. Del portal horizontal al portal vertical	69
13. El tercer paso: el portal de televisión en Internet	71
14. Entretenimiento bajo demanda	75
15. Demedio de difusión a medio de comunicación	78
<b>IV. La tercera revolución industrial: el negocio del siglo XXI es audiovisual</b>	81
16. La nueva economía global	
17. Una revolución industrial gracias a la imagen	84
18. Los sectores mas prometederos para el negocio digital	89
19. La sospecha de lo nuevo	91
<b>V. A la búsqueda y captura de contenidos: las alianzas estratégicas de mercado</b>	97
20. La estrategia del infolítico	
21. El pez chico se traga al pez grande	100
22. Las repercusiones de a gran fusión del 2000	104
23. Spain no es different. El caso telefónica	107
<b>VI. Las cadenas de televisión: renovarse o morir</b>	
24. De la HDTV a la integración con la red	110
25. RTVE mueve ficha	115
26. Antenas 3 TV, pionera en interactividad	118
27. Telefónico, el futuro ya estaba en sus manos	122
28. Otras experiencias televisivas	124
<b>VII. Las productoras: codazos en la línea de salida</b>	
29. Los últimos siempre serán... los últimos	128
30. Proveedores de contenido	131
31. Distribuidores de contenido	133
32. Hacia un mercado global: las coproducciones	136
<b>VIII. El nuevo espectador del siglo XXI: la audiencia hace clic</b>	
33. El publico recupera su independencia	138
34. De lo unilateral a lo bilateral	140
35. No linealidad y video on Demand	142
36. Los tecnofóbicos, la Net-Generation y la televisión personal	145

<b>IX. La televisión Inter/activa</b>	
37. Promesas y realidades	150
38. Las set-top box	154
39. Web TV Microsoft, el futuro en sus mandos	156
40. La otra opción: el Webcasting	159
41. Hipertelevisión	161
<b>X. Las tendencias del nuevo milenio: los contenidos</b>	
42. Avanzar retrocediendo	165
43. ¿Es necesario fragmentas la audiencia?	169
44. La importancia de llamarse X	171
45. La creatividad al poder	173
<b>XI. Los nuevos modelos de producción audiovisual</b>	
46. La industria se mueve	176
47. El proceso: preproducción producción y posproducción	180
48. El equipos de trabajo	187
49. Trucos de la profesión	191
<b>XII. Big Brother, la experiencia Televisión en Internet triunfan juntos</b>	
50. Orwell resucita gracias a una producción holandesa	195
51. Big Brothers se expande por el mundo	198
52. El gran hermano español	201
<b>XIII. Los diez mandamientos de la nueva televisión (y uno de regalo)</b>	206
53. Piensa localmente, actúa globalmente	207
54. Los contenidos son sagrados	209
55. Los primeros siempre serán los primeros	212
56. Follow the leader (A quien buen árbol se arrima)	214
57. No importa la cantidad de bits, sino la calidad de la experiencia	216
58. Optimizaras los costes de producción al máximo	217
59. La creatividad vale mas que las inversiones económicas	219
60. Promoverás comunidades virtuales y globales al mismo tiempo	219
61. Para empezar a jugar, tienes que ser digital	221
62. Dios bendiga a los telespectadores, porque ellos te dirán cuando algo no funciona	224
63. Y uno de regalo: Hoy mas que nunca, hay que mantener la cabeza fría. No te dejes llevar por este libro	226
<b>XIV. Las voces de la revolución</b>	
Profesionales televisivos, gurús digitales, expertos informáticos, grandes filósofos, poderosos empresarios, periodistas y escritores nos ofrecen sus mejores cita sobre la revolución global de la información	228
<b>LINKS</b>	235
<b>Bibliografía aconsejada</b>	241
<b>Publicaciones periódicas</b>	245
<b>WEBSTV</b>	249
<b>NOTAS</b>	253