El Proyecto Cybermedia II: **"Desarrollos e innovaciones del periodismo en las redes sociales en internet y telefonía móvil. convergencias, modelos de negocios, servicio y formación"** es una continuación de la investigación (Cybermedia) que profundiza a partir de los grandes cambios y nuevas orientaciones que está incorporando la web 2.0 al crear unos entornos de diálogo entre los usuarios que están enriqueciendo la comunicación horizontal. Entre ellos sobresale el de las redes sociales en sus variables de redes generales (Facebook, Twitter, MySpace) o especializadas por sectores profesiones y grupos afines (LinkedIn) o según los modelos comunicativos: de conversaciones (Facebook, Twitter), presentaciones multimedia (YouTube), de cooperación como las wikis (Wikipedia, Wikileaks) o de intercambio (P2P) como expresiones de la participación de la sociedad civil y a las que están incorporándose los cibermedios de comunicación y las Direcciones de comunicación de las empresas e instituciones. Estas innovaciones sustentadas en redes fijas se trasladan y adaptan a las redes móviles, además de generarse otras específicas como Dodgeball.

Este universo se refiere a todo tipo de contenidos. El proyecto Cybermedia II, se centra exclusivamente en los cambios y nuevos ámbitos de las innovaciones periodísticas examinadas desde la perspectiva y situación española. El objetivo es ir más allá de la detección de estos cambios actuales y de los que se produzcan durante los tres años de la investigación e indagar las convergencias, multimedialidad, sinergias y multiexplotación de contenidos periodísticos. Interesa el análisis de las convergencias tecnológicas en redes telemáticas como infraestructuras de las plataformas y nuevos medios, así como los cambios comunicativos para el desarrollo de otros modelos interactivos y las vinculaciones que entablan entre ellos, lejos de las oposiciones establecidas tradicionalmente. Importa también las innovaciones en los contenidos periodísticos al incorporarse los contenidos promovidos por la sociedad civil según sus intereses coincidentes (o no) con las concepciones tradicionales de los medios, así como los cambios en los tratamientos cuyo exponente más exigente aparece en la red social Twitter al obligar a narrar los hechos sólo con 140 caracteres.

Cybermedia II examinará desde la perspectiva de los modelos de negocio y de servicio público, social, informativo y cultural en el contexto de la crisis y la exigencia de nuevos emprendedores empresariales y profesionales, así como las necesidades de formar en nuevos perfiles periodísticos dentro de la web 2.0 y metodologías de entornos virtuales o de formación *on line*
y telefonía móvil que aportarán fundamentos para la actualización permanente de los planes de estudios en comunicación de las Universidades y en la formación continua de los profesionales vinculados a las Direcciones de comunicación en las empresas e instituciones.