

Indice generale

Prefazione	ix
Introduzione	xi
Ringraziamenti	xiii
Capitolo 1 Non chiamiamoli nuovi media	1
I social media in cifre	3
Il crollo delle home page.....	8
Home page addio	10
Lo strumento non è la strategia	12
Capitolo 2 Twitter è vivo e lotta insieme a noi.....	21
Cos'è e a cosa serve.....	22
Il profilo Twitter	23
Handle, mention e hashtag	25
La ricerca avanzata e le liste.....	28
Liste pubbliche e liste private	34
Micro-stile e tono di voce.....	35
Livetwitting e cessione dell'account.....	37
Livetwitting.....	37
Cessione dell'account	40
Il futuro: Moments (e #Stickers)	42
Moments.....	42
#Stickers	43
Capitolo 3 Facebook: il mare dei lettori	45
Di chi sono i pesci?.....	45
All'inseguimento dell'algoritmo	48
Gli Instant Articles	53

	La Pagina Facebook di una testata è la testata?	60
	Pagine e profili personali.....	62
Capitolo 4	Il social web per immagini e video	65
	Pinterest e Instagram: una grande crescita	65
	Pinterest	66
	Instagram.....	74
	I video: attenzione ai facili entusiasmi.....	85
	YouTube.....	92
	Periscope e Facebook Live.....	93
Capitolo 5	Snapchat: Millennials a chi?.....	99
	The next big thing.....	99
	Cos'è e come si usa.....	104
	La novità dei Ricordi.....	106
	Discover e altri esperimenti.....	110
	Discover	110
	Altri esperimenti	113
	Opinioni a confronto.....	116
Capitolo 6	Fact checking	119
	Non è “colpa di Internet”	119
	Non abbiate fretta di sbagliare, e altri saggi consigli.....	123
	Un’attività in crisi?	127
	Fact checker e strumenti	129
	Strumenti online	134
	Le correzioni	137
Capitolo 7	Facciamoci una reputazione	143
	Online o offline?.....	143
	Non è (di nuovo) “colpa di Internet”	146
	Costruire la reputazione con le best practice	149
	Ma sono io o “il giornalista”?.....	152
	Come si trattano i contenuti UGC	155
	Il social recruiting	156
	LinkedIn.....	160
	LinkedIn: cosa non è	160
	LinkedIn: gli elementi chiave	161
	E per i giornalisti?.....	162
Capitolo 8	Content curation	163
	Cos'è la content curation	163
	Le definizioni	164
	Qualche errore di prospettiva	168

Le fasi della content curation.....	170
La curation e i contenuti UGC.....	175
Ritorno al passato: le newsletter	178
Focus su Storify	181
La vita di un contenuto online comincia con la pubblicazione.....	187

Appendice Le app di messaggistica191

Panoramica	191
WhatsApp	196
Telegram	198
Messenger.....	202

Indice analitico.....205