

ÍNDICE

PRÓLOGO	13
INTRODUCCIÓN	17
1. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA SOCIEDAD	
SOBREINFORMADA	21
1. El sentido del periodismo hoy	21
2. La conversación como instrumento para construir la verdad en radio en un tiempo de posverdad	30
3. Del nacimiento del <i>smartphone</i> al <i>mobile first</i> . La tormenta perfecta para el crecimiento de las redes sociales	40
4. Bibliografía	47
2. TODO COMENZÓ CON LA LLAMADA DE UN OYENTE	53
1. La radio como creadora de comunidad	53
2. Las cosas por su nombre: el largo camino del oyente a la audiencia social	77
3. Bibliografía	81

3. DEL QUÉ ESTÁS HACIENDO AL QUÉ ESTÁ PASANDO.	
LAS REDES SOCIALES EN LA RADIO	87
1. La reorganización de las redacciones y los nuevos perfiles profesionales	87
2. Lo he leído en la radio. El potencial de Twitter, Facebook e Instagram en las emisoras de España	93
3. Primero el <i>tweet</i> , ¿y luego? El <i>big data</i> como información clave en la distribución de contenidos	105
4. El caso: Elecciones andaluzas en 2018 en Twitter	111
5. Bibliografía	132
4. ALGUNAS LECCIONES PARA UN BUEN USO	
DE LAS REDES SOCIALES EN COPE	135
1. Twitter: el monopolio del <i>breaking news</i>	136
2. Facebook: el poder del <i>engagement</i>	149
3. Instagram: cuando una imagen vale más que mil palabras	161
4. Bibliografía	177
5. GLOSARIO	179
1. Glosario para una redacción digital	179
2. Glosario para Twitter	182
3. Glosario para Facebook	184
4. Glosario para Instagram	186