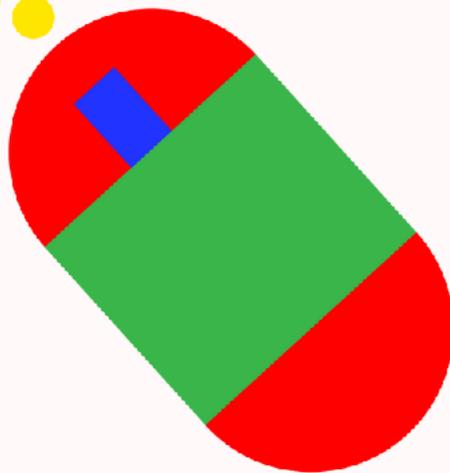
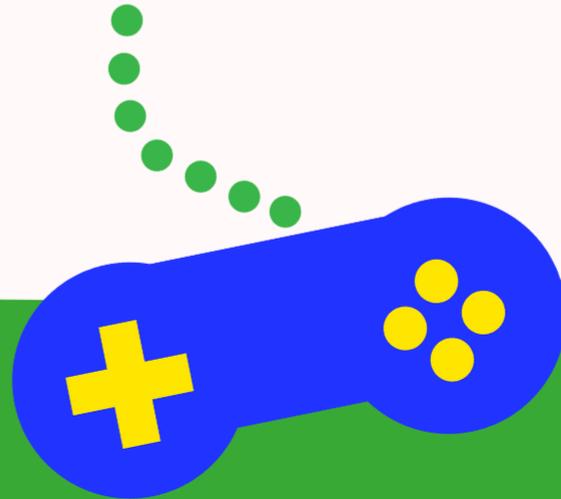


Creare un Blog

Usare un CMS come WordPress
per sviluppare un sito

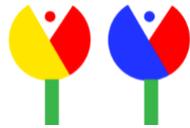


Come è strutturata la Rete



Internet e il World Wide Web

Internet è una **rete di telecomunicazioni** ad accesso pubblico che connette vari terminali in tutto il mondo. Le informazioni contenute in ciascun computer possono quindi essere messe a disposizione di altri utenti che possono accedere alla rete in qualsiasi località del mondo. Rappresenta quindi dalla sua nascita uno dei maggiori mezzi di comunicazione di massa. Nel 1991 presso il CERN di Ginevra [Tim Berners-Lee](#) definì il **protocollo HTTP** (HyperText Transfer Protocol).



Il protocollo HTTP è un sistema che permette una lettura ipertestuale dei documenti, mediante l'utilizzo di rimandi (link o, più propriamente, hyperlink). È il sistema su cui si basano tuttora i siti web. Nel **World Wide Web (WWW)** le risorse disponibili sono organizzate secondo un sistema di librerie, o pagine, a cui si può accedere tramite web **browser**, programmi con cui è possibile "navigare" visualizzando file, testi, ipertesti, suoni, immagini, animazioni e filmati. La facilità d'utilizzo connessa con l'HTTP e i browser ha aperto l'uso di Internet al grande pubblico.



I browser più noti oggi sono Firefox, Google Chrome, Safari e Internet Explorer.



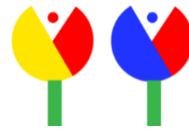
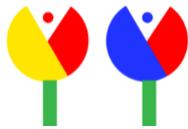
Cos'è un dominio?

Il **dominio** è un nome associato a un **indirizzo IP**, ovvero un indirizzo univoco che identifica un dispositivo su Internet. Mentre gli indirizzi IP sono composti da serie numeriche (ad esempio 198.102.434.8.), il dominio è un nome facile da ricordare. Il dominio corrisponde al nome univoco che compare dopo il simbolo @ negli indirizzi email e dopo www. negli indirizzi web.

Ad esempio, il nome di dominio example.com potrebbe essere tradotto nell'indirizzo IP 198.102.434.8.

Altri esempi di nomi di dominio sono google.com e wikipedia.org. L'utilizzo di un nome di dominio per identificare una posizione su Internet in luogo dell'indirizzo IP numerico facilita la memorizzazione e la digitazione degli indirizzi web.

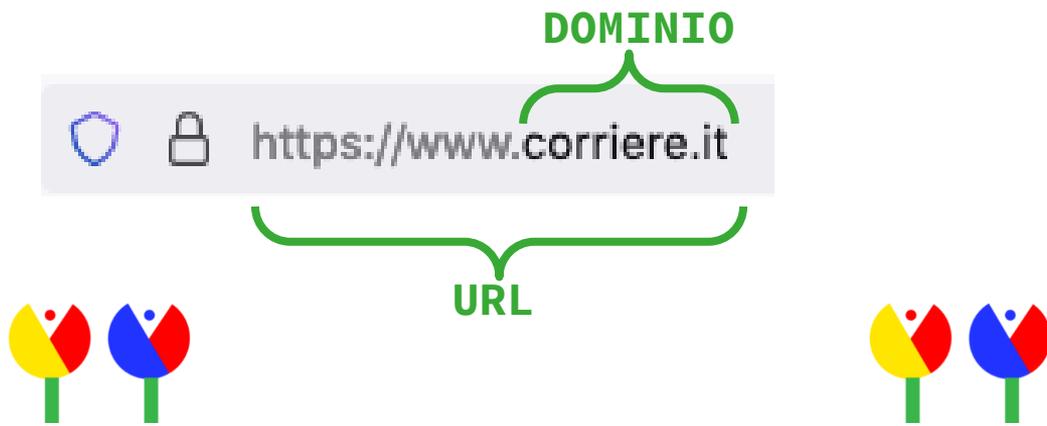
Per aprire un sito web dovete per prima cosa acquistare un dominio tramite un **registrar**, cioè una società che vende nomi di dominio non utilizzati e quindi disponibili per la registrazione.



Cosa è una URL?

Il **dominio** è parte di una **URL (Uniform Resource Locator)**: una sequenza di caratteri che identifica univocamente l'indirizzo di una risorsa in Internet, come una pagina web, un documento o un'immagine. È l'elemento che ci permette di trovare un sito web, cioè l'indirizzo che noi digitiamo nel browser quando cerchiamo una pagina o un file.

La **URL** permette tramite un **BROWSER** (i.e. Internet Explorer, Google Chrome, Firefox...) di raggiungere un contenuto sul web.

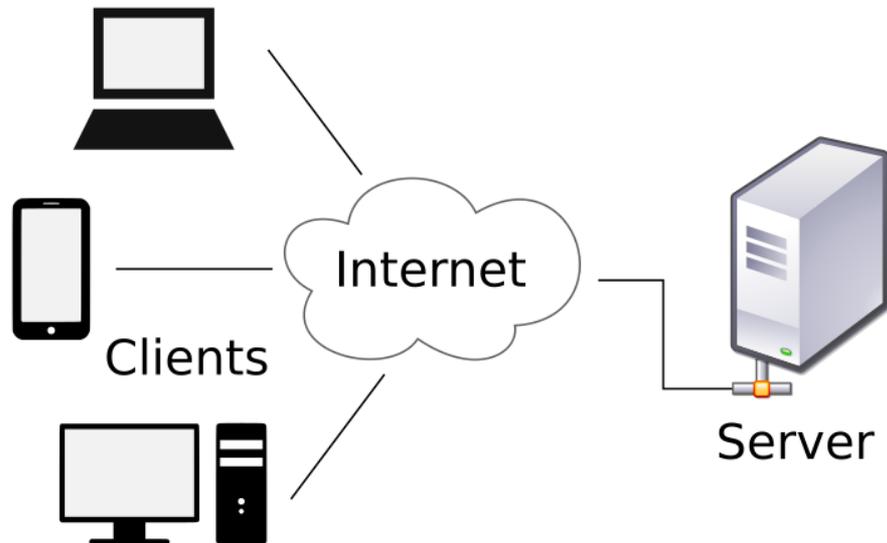




Cosa è l'hosting?

La maggior parte dei registrar, ovvero le società che vi permettono di acquistare e registrare un dominio, sono anche provider, cioè offrono servizi di **hosting** del dominio, “ospitando” a pagamento il vostro sito/blog su un loro server. È il caso per esempio di Aruba o Serverplan.

IL servizio di hosting consiste infatti nella messa a disposizione di uno spazio su un **server web** su cui verranno caricate le cartelle con i materiali del nostro sito. Il server web, definito **host**, è connesso ad Internet e garantisce l'accesso alle pagine del sito mediante il web browser del pc o telefonino (**client**) dell'utente.





Blog e siti web

BLOG = Web-log (diario in rete)

I blog nascono all'inizio degli anni 2000 come diari personali sul web, non strutturati, con i post (gli articoli) pubblicati in semplice ordine cronologico. Oggi la differenza tra blog e siti è più sfumata.

Esistono in rete diversi **CMS (Content Management System)**, cioè piattaforme che consentono di creare il proprio blog/sito e di gestirne i contenuti senza essere dei programmatori.

La più conosciuta e utilizzata al mondo è **Wordpress**, che è **open source e quindi gratuita**.



Un **software open source** è un software al cui sviluppo contribuisce una community che mette a disposizione di tutti i file sorgente, per cui chiunque è in grado di modificare a proprio piacimento il funzionamento, correggere eventuali errori, ridistribuire la propria versione. La distribuzione di un software in formato open source presuppone la rinuncia da parte dei programmatori al diritto di proprietà intellettuale.

I motori di ricerca

Al momento esistono su Internet oltre 1,88 miliardi di siti.

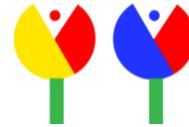
Per orientare gli utenti della Rete in questa selva di siti web, ci sono i **motori di ricerca (Search Engine)**, software progettati per cercare informazioni sul World Wide Web. I risultati della ricerca sono generalmente forniti sotto forma di elenco ordinato (pagina dei risultati del motore di ricerca o SERP).

Il motore di ricerca più usato al mondo è **Google**.



Come funziona un motore di ricerca?

1. **SCANSIONE:** analizza i contenuti della Rete tramite software chiamati crawler o spider o bot;
2. **INDICIZZAZIONE:** cataloga il materiale analizzato, aggiungendo le pagine in uno speciale database tramite una procedura di indicizzazione;
3. **POSIZIONAMENTO:** risponde alle richieste degli utenti (query), che vengono effettuate tramite una o più parola chiave (keyword), elencando i risultati in ordine di rilevanza rispetto alla richiesta ricevuta.



La SEO

IL 70-80% degli utenti di Internet raggiunge un sito web non digitando il suo indirizzo, ma attraverso un motore di ricerca (Search Engine).

Per questo è particolarmente importante che ogni sito sia ottimizzato in modo da essere facilmente analizzato e indicizzato dai motori di ricerca.

Si dice anche che la SEO ottimizza la 'visibilità' del sito sui motori di ricerca.

L'attività che punta a fare in modo che il proprio sito sia rilevato dai motori di ricerca e compaia tra i primi risultati della SERP, si chiama **SEO (Search Engine Optimisation)** o ottimizzazione per i motori di ricerca.

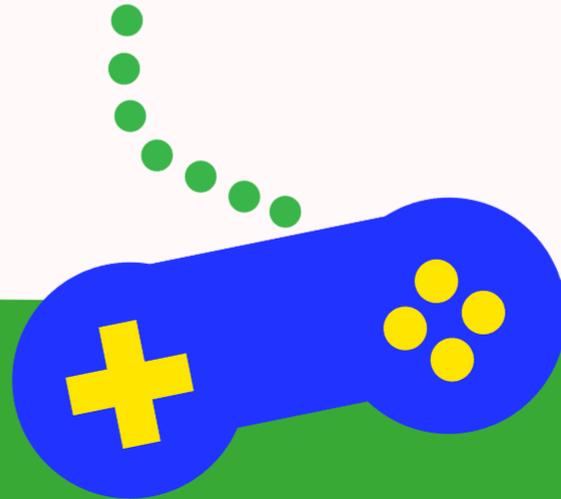
La SEO consiste in una serie di accorgimenti che hanno a che fare con la struttura del sito, i metadati ma anche con i contenuti del sito, per esempio come vengono scritti i testi.

Vedremo nel dettaglio questo ultimo aspetto nel prossimo capitolo.



Questo breve video racconta **come funziona un motore di ricerca** come Google (è in inglese ma puoi attivare i sottotitoli e la traduzione automatica in italiano).

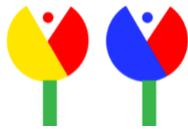
Progettare un blog/sito



1. Progetto editoriale

Il primo step nella realizzazione di un sito è lo sviluppo del progetto editoriale.

Occorre infatti definire quali sono gli obiettivi che ci poniamo attraverso il nostro progetto e come possiamo raggiungerli al meglio. Per farlo dobbiamo definire di cosa vogliamo parlare, a chi e come.

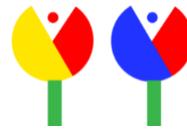


Ecco, ad esempio, alcune delle domande che dobbiamo porci:

- Perché vogliamo pubblicare questo sito?
- Che obiettivi abbiamo?
- Di cosa parlerà il nostro blog?
- A chi si rivolge?
- Come ne parlerà, che stile avrà?
- Che tono di voce?

Per aiutarti a sviluppare il tuo progetto editoriale, abbiamo preparato una **checklist** di domande che ti aiuteranno a chiarirti le idee.

Puoi trovare e scaricare la checklist tra i materiali della lezione sulla piattaforma WeSchool

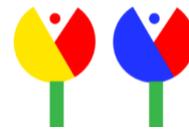
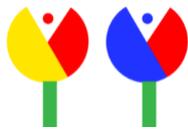
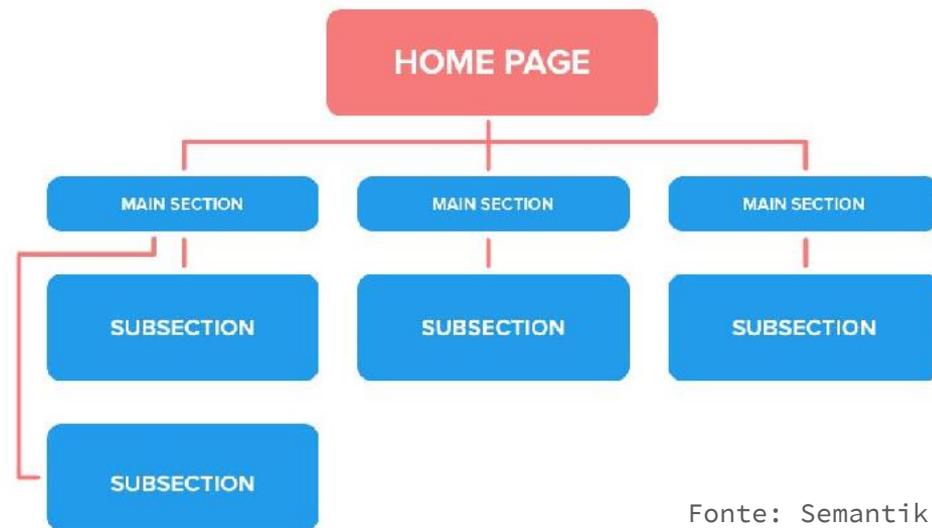




2. Albero dei contenuti e struttura

È importante definire come saranno strutturati e organizzati i contenuti del tuo sito. Dovrai partire definendo, per esempio, che categorie di contenuti avrà il sito e come saranno raggruppati gli articoli.

Per farlo, dovrai sviluppare **l'albero dei contenuti**: un diagramma che illustra come le pagine di un sito web vengono organizzate. Lo schema mostra come i contenuti vengono strutturati sulla base di una serie di criteri logici e gerarchici, evidenziando le relazioni tra i vari argomenti trattati dal sito web.



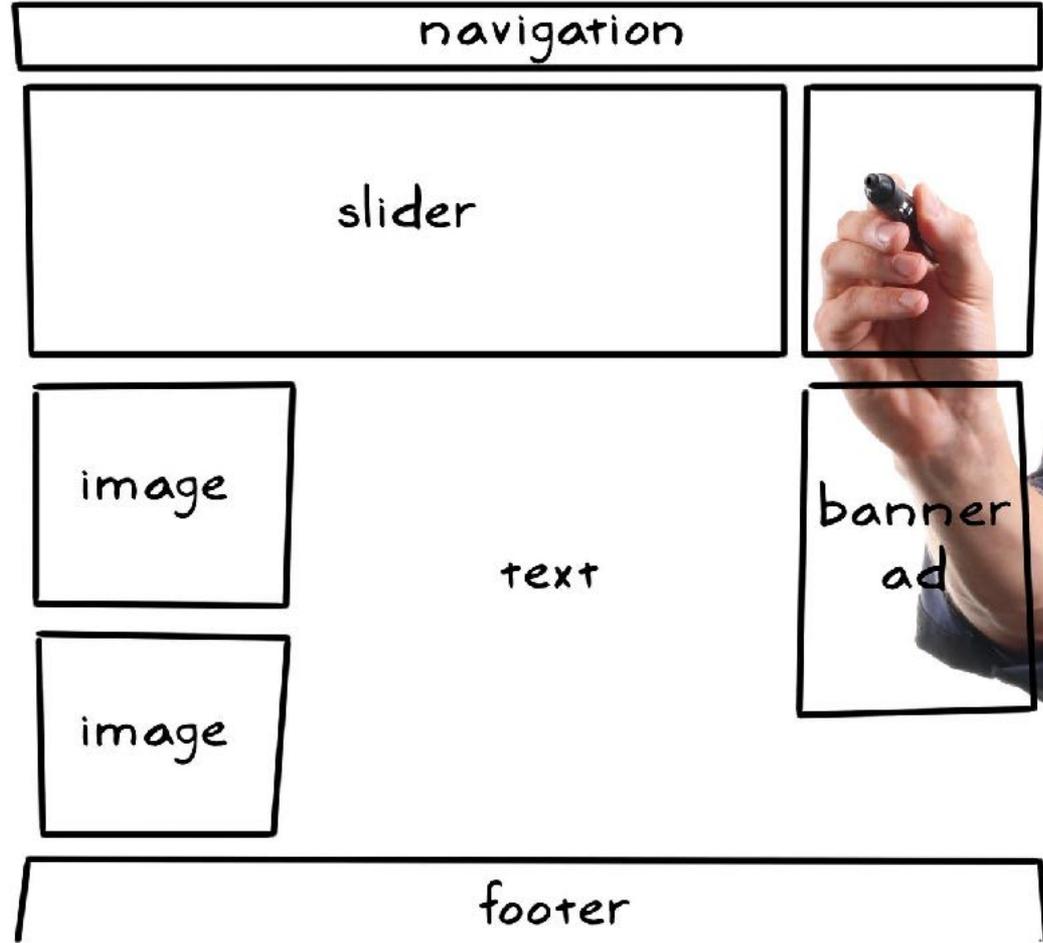
my website

3. Progetto Grafico

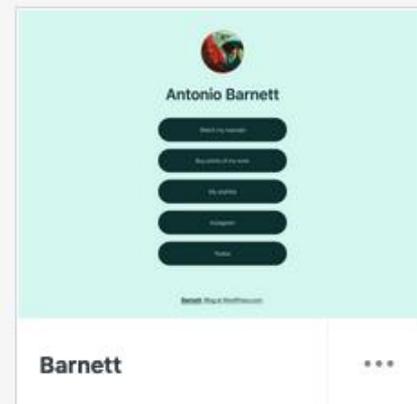
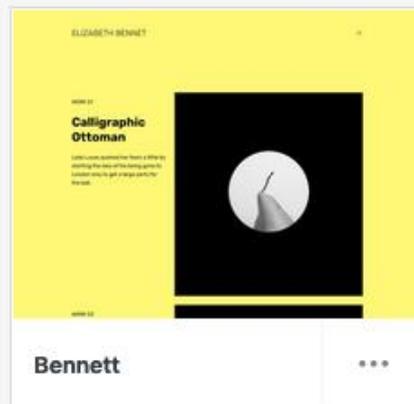
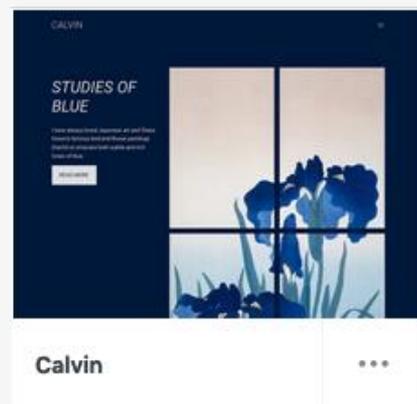
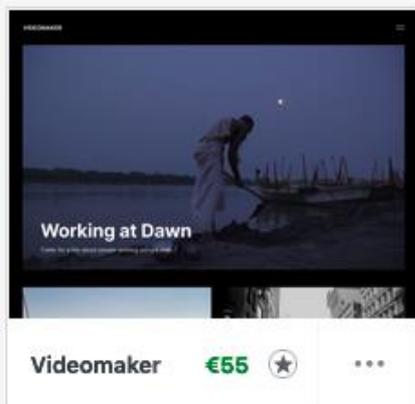
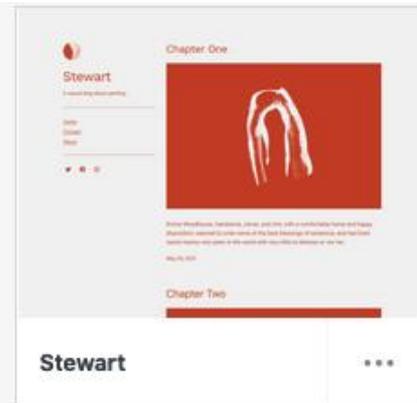
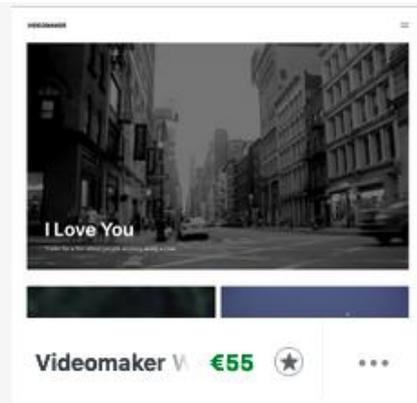
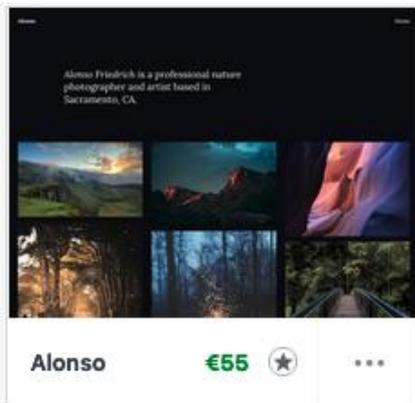
L'**impostazione grafica** del sito ha aspetti strutturali (dove dispongo i vari elementi) e aspetti estetici (come li rappresento).

Per indicare la veste grafica vengono usati il termine **layout** per enfatizzare gli aspetti strutturali o il termine **skin**, per enfatizzare gli aspetti estetici (la skin è la pelle grafica che riveste la struttura).

L'impostazione grafica può essere fatta ex-novo, oppure partendo da un **template grafico** già pronto e personalizzabile, come quelli disponibili su Wordpress.



3. Progetto Grafico



4. Definizione nome e logo

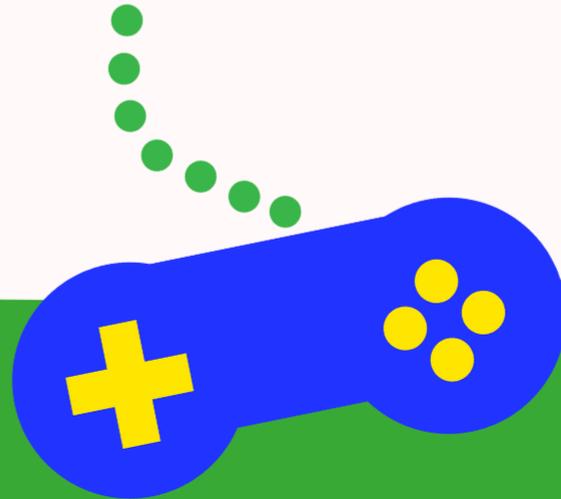
Per dare identità al vostro progetto dovrete trovare un nome coerente con il progetto editoriale, che sia possibilmente breve e facile da ricordare. Ricordatevi che il nome è un presagio che porta con sé immagini, sensazioni, emozioni, pensieri.

Se decidete di avere un logo che identifichi il vostro sito, anche questo dovrà essere coerente con il progetto editoriale, riconoscibile e facile da leggere.

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font: the 'G' is blue, the first 'o' is red, the second 'o' is yellow, the 'g' is blue, the 'l' is green, and the 'e' is red.

I due fondatori di Google, Larry Page e Sergey Brin, volevano un nome iperbolico, con cui rappresentare l'immensa quantità di informazioni disponibili sul Web. Utilizzarono “googol”, termine coniato dal nipote del matematico statunitense Edward Kasner nel 1938, per riferirsi al numero rappresentato da 1 seguito da 100 zeri. (Fonte: Wikipedia)

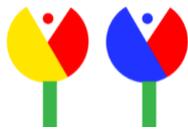
Come si scrive per il web



Il piano redazionale

Una volta che avete sviluppato il vostro sito, potete iniziare ad aggiornarne i contenuti.

Prima di iniziare a scrivere, è importante definire però un **piano redazionale**. Si tratta di un documento che ti permette di pianificare i contenuti da pubblicare online: sostanzialmente, è strutturato come un calendario in cui viene riportato cosa viene pubblicato, quando e ad opera di chi.



Può essere gestito da uno strumento semplice come Microsoft Excel o Fogli di Google.



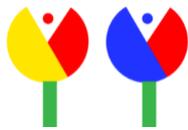
Un esempio di piano redazionale

DATA	AUTORE	CATEGORIA	ARGOMENTO
07/01/2019	Angela	VIDEOGIOCHI	Gris
08/01/2019	Caterina	EDU DIGITALE	DSA
09/01/2019	Paolo	EDU DIGITALE	Screentime
	Angela	NEWS	Scratch 3.0
10/01/2019	Veronica	VIDEO	Spiderman
11/01/2019	Daniela	APP	Shine
12/01/2019			
13/01/2019			
14/01/2019	Elena	EDU DIGITALE	Bambini piccoli e schermi (indicazioni per gestire screentime e tipologia dei contenuti).
15/01/2019	Valentina	VIDEO	Popeye
16/01/2019	Stefano	EDU DIGITALE	Perché non dobbiamo togliere gli smartphone ai nostri figli
17/01/2019	Angela	NEWS	Pediatrati inglesi
18/01/2019	Caterina	VIDEOGIOCHI	Past for Future
19/01/2019			
20/01/2019			
21/01/2019			
22/01/2019	Angela	VIDEO	YouTube blocca i video con scherzi dannosi e acrobazie pericolose
23/01/2019	Veronica	NEWS	App e ebook per Giorno della Memoria

Leggere online

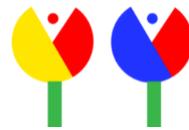
Ogni volta che **cambia il supporto** attraverso cui leggiamo, la nostra **esperienza di lettura cambia**. La lettura implica sempre un'interazione tra una persona e un supporto: libro, eReader, pc... Se cambia il dispositivo, cambia il nostro modo di leggere, in base a:

- Ergonomia
- Dimensione tangibile / Intangibile
- Contrasto
- Layout della pagina
- Scrolling vs Voltare pagina
- Presenza di ipertesto



La **fisicità del supporto** di lettura (la costa, il tipo di carta, il peso, l'ordine delle pagine) influenzano la nostra capacità di lettura e di comprensione. Il **carattere, il colore, la dimensione del testo e la sua distribuzione** rendono la nostra lettura più o meno difficile. Per esempio, leggiamo meglio se il testo è in una sola colonna e leggiamo più velocemente se le righe sono lunghe, ma se sono troppo lunghe la lettura diventa difficoltosa.

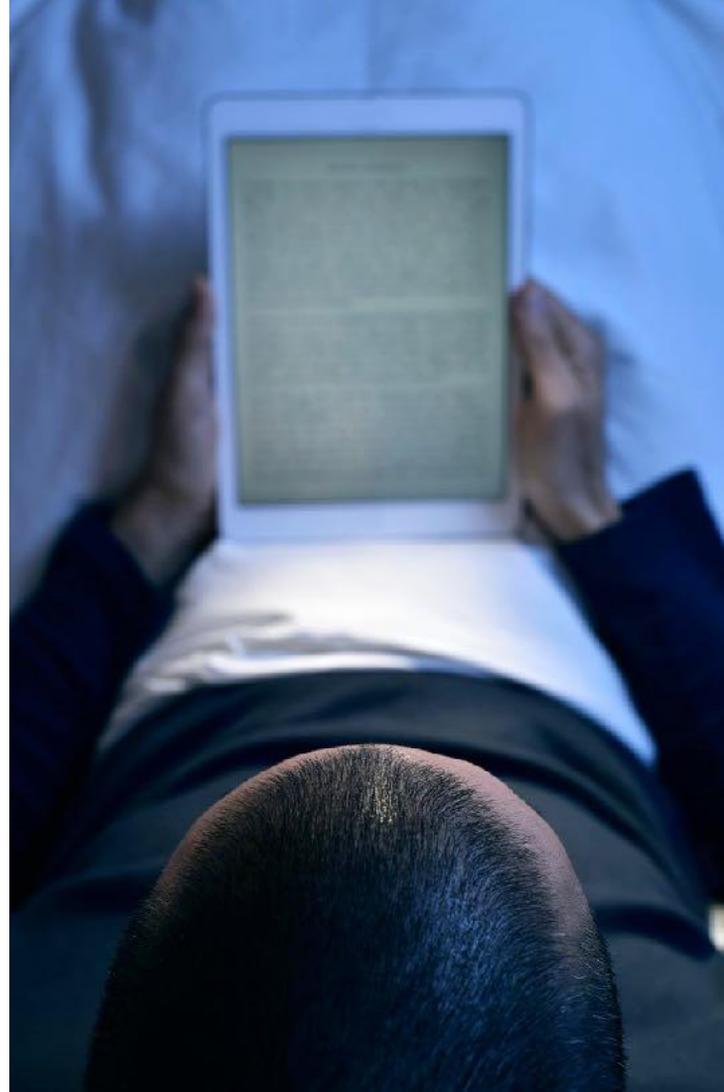
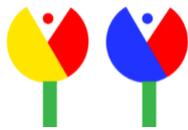
Tutti questi fattori esistono su carta e a schermo: ma online sono molti di più e come lettori navigando tra un sito e l'altro passiamo costantemente da un tipo di format ad un altro.



Leggere online

Per tutti i fattori citati, la lettura attraverso uno schermo connesso è:

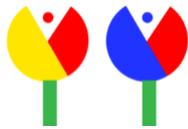
- **Discontinua** (skimming): cerco le parole chiave, clicco i link esterni
- **Più veloce** (scrolling): l'overload di informazioni spinge il lettore a saltare velocemente ai contenuti essenziali
- **Più faticosa**: filtrare l'ipertesto e le possibili altre distrazioni (notifiche, email...) richiede attenzione costante
- **Meno immersiva, meno profonda**



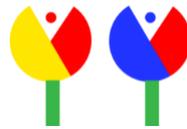
Scrivere per il web

Quando si scrive per il web occorre:

- **strutturare gli articoli per paragrafi e sottoparagrafi.** Le intestazioni nidificate facilitano anche l'accesso per gli utenti non vedenti che usano lettori automatici.
- **usare intestazioni significative** che facciano capire immediatamente all'utente di cosa tratta la pagina o la sezione.



- **evidenziare o enfatizzare le parole importanti** in modo che catturino l'attenzione dell'utente (per esempio attraverso il corsivo, il grassetto o il testo colorato)
- **suddividere le informazioni in più nodi collegati da link ipertestuali.** In questo modo il testo rimane breve senza sacrificare la profondità del contenuto. Informazioni di base lunghe e dettagliate possono essere relegate a pagine secondarie; allo stesso modo, le informazioni di interesse per una minoranza di lettori possono essere rese disponibili tramite un link esterno.



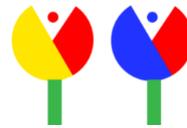
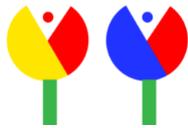


Scrivere per il web

Quando si scrive per il web occorre anche tenere presente le **regole della SEO**, cui abbiamo accennato in precedenza.

Anche il modo in cui è scritto un articolo impatta sulla **indicizzazione nei motori di ricerca** e quindi sulla visibilità che il mio articolo/sito avrà.

Molte delle linee guida che abbiamo elencato poco fa - per esempio la divisione in paragrafi e l'uso di titoli e sottotitoli -, oltre a facilitare la lettura del testo, lo ottimizzano per i motori di ricerca. Nelle prossime slide, forniamo qualche ulteriore suggerimento per scrivere un testo in un'ottica SEO.



Scrivere per il web: ottimizzare il testo per la SEO

- Ripetere le **parole chiave** in modo naturale (non fare keywords stuffing)
- Prediligere la tecnica di **scrittura “a piramide rovesciata”** (prima il concetto centrale, poi le argomentazioni)
- Usare **elenchi** numerati o puntati, che aiutano la lettura.
- Usare la **formattazione** di testo per facilitare la lettura e catturare l'attenzione
- Linkare nel contenuto **siti autorevoli**
- Linkare **pagine interne** per creare correlazioni di argomenti e approfondimenti
- Non fare mai il copia e incolla da altre fonti e **citare sempre le fonti**
- Inserire **immagini e contenuti multimediali** completando le informazioni aggiuntive e i testi alternativi



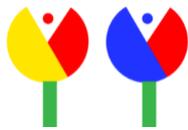
Keyword stuffing: letteralmente “riempire di parole chiave”, indica una tecnica usata per aumentare la propria visibilità sui motori di ricerca. Consiste nel ripetere fino all'esasperazione la keyword in un testo. È ormai malvista dai motori di ricerca.

Scrivere per il web

In ogni caso, la prima regola quando si scrive per il web (come per qualunque altro supporto) è quella di scrivere **contenuti di qualità, originali, completi (e rispettosi dell'ortografia)**.

Per farlo, un buon punto di partenza è la **regola delle 5 W** del giornalismo anglosassone:

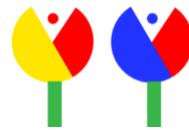
1. Who? («Chi?»)
2. What? («Che cosa?»)
3. When? («Quando?»)
4. Where? («Dove?»)
5. Why? («Perché?»)



Partire dalle 5 domande (le 5 W) ci obbliga infatti a **concentrarci sulle informazioni fondamentali**, senza inutili preamboli e divagazioni fuorvianti.

Dobbiamo mettere in grado chi ci legge di afferrare immediatamente e senza difficoltà dove vuole andare a parare il nostro testo.

Questa è un'esigenza ancora più pressante quando si scrive per la rete, dove gli utenti tendono a non leggere completamente un testo, ma a **scansionarlo alla ricerca delle parole chiave**, saltando le parti a cui sono meno interessati. Effettuano quindi lo **'skimming'**, la scrematura del testo invece di leggerlo.



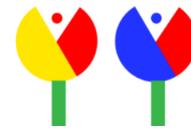
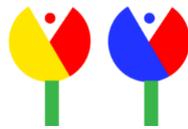


Diritto d'autore e Creative Commons

Quando si crea un progetto editoriale digitale, spesso i materiali vengono reperiti in rete, “cucinati” e messi online. I contenuti (anche nella dimensione digitale) salvo indicazioni diverse sono coperti da **copyright** (diritto d'autore). I contenuti coperti da copyright non possono essere riprodotti liberamente.

Si possono invece utilizzare liberamente testi, immagini, musiche e canzoni i cui **diritti sono scaduti**, ovvero dopo 70 anni dalla morte dell'autore.

Oppure si può ricorrere ai **contenuti creati in regime di Creative Commons**, che concedono il riutilizzo a patto di seguire le indicazioni fornite dall'autore.



Diritto d'autore e Creative Commons

Attribuzione (BY): bisogna sempre indicare l'autore.

Non commerciale (NC): il contenuto non deve essere sfruttato per monetizzare.

Non opere derivate (ND): il contenuto non può essere modificato.

Condividi allo stesso modo (SA): si può modificare l'opera ma l'opera modificata deve essere disponibile secondo le stesse condizioni scelte dall'autore originale.

WWW



Approfondisci le
diverse licenze
Creative Commons



CC BY
Attribuzione



CC BY-NC
Attribuzione - Non Commerciale



CC BY-SA
Attribuzione - Condividi allo Stesso Modo



CC BY-ND
Attribuzione - Non Opere Derivate



CC BY-NC-SA
Attribuzione - Non Commerciale - Condividi allo Stesso Modo



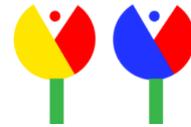
CC BY-NC-ND
Attribuzione - Non Commerciale - Non Opere Derivate

Fair use

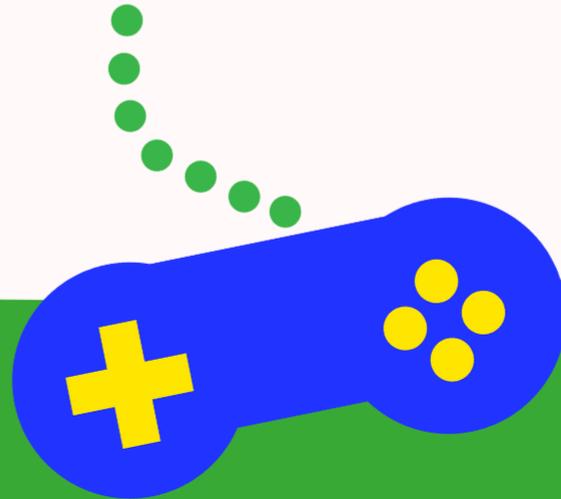
In base al “fair use”, cioè “uso legittimo”, è possibile utilizzare pezzi di contenuti altrui i cui diritti d’autore sono ancora in vigore per commentarli, remixarli o farne una parodia.

Es. i molti contenuti di natura fandom, che in montaggi creativi inseriscono immagini, musiche o scene tratte da opere protette da diritto d’autore.

Se invece per esempio si diffonde per intero o per larga parte un video protetto da copyright, il contenuto potrebbe essere oscurato o contestato.



La cassetta degli attrezzi



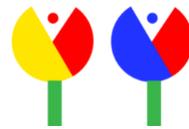
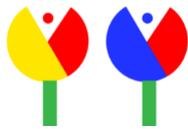
La cassetta degli attrezzi: hosting

Per funzionare, WordPress ha bisogno:

- di uno spazio web basato su piattaforma Linux;
- di un database MySQL;
- che WordPress sia correttamente installato sullo spazio web.

Dato che WordPress è una piattaforma open source, cioè scaricabile gratuitamente, il prezzo che i provider chiedono per avere un sito con WordPress fa riferimento a:

- la registrazione del nome a dominio presso l'Authority competente;
- lo spazio web che viene fornito per ospitare il sito;
- il database per permetterne il funzionamento;
- gli eventuali servizi inclusi nel pacchetto offerto, come le caselle email personalizzate o il servizio di assistenza.



La cassetta degli attrezzi

Di seguito una serie di strumenti utili per gestire il vostro blog/sito web:

Per condividere i documenti:

- Google Drive
- Dropbox

Per scrivere i testi:

- Microsoft Office Word
- Google Docs
- qualsiasi software per scrivere come Textedit o Blocco Note

Per cercare foto gratuite:

- Pexels
- Unsplash
- Flickr

Per editare foto:

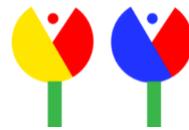
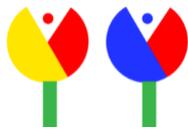
- Pixlr
- Adobe Photoshop Express
- Befunky

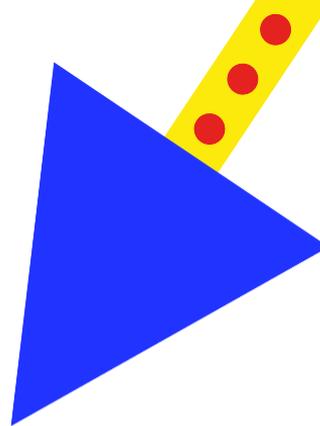
Per fare montaggi grafici:

- Canva

Per editare video:

- iMovie
- Filmora





dig educati

Un progetto di:



Con il sostegno di:



CON I BAMBINI
IMPRESA SOCIALE



Fondazione
CARIPLO
TUTTE LE SPAZIORE MUNIFICI DONARE - 1916

In collaborazione con:



MAMAMO
Crescere con i nuovi media

