

Software magic

Come sviluppare media di comunità

Modulo 2 – Contenuti testuali

GENETIC ENGINEERING:

MEDIA

HACKS

Harnessing the Power of Community Media
to Combat Disinformation

Introduzione

Questo modulo si concentra sul “blogging” (produzione di contenuti testuali per un blog o in senso più esteso per un sito web) e sulla scrittura di post e articoli accattivanti in rete. In questa sessione sarà approfondita le tematiche connesse al mondo dei blog (dalla storia a come pubblicare un blog alle strategie di scrittura e comunicazione testuali). Il focus formativo è incentrato sull’acquisizione di competenze in ordine all’individuazione del fabbisogno mediatico di una comunità, l’apertura di un blog, l’utilizzo della piattaforma Blogger, come trovare un tema per il blog e come redigerne i post.

Questo modulo ti aiuterà ad acquisire dimestichezza nella creazione di contenuti testuali sul web, al fine di creare e gestire un blog di successo.

Al termine di questo modulo, saranno conseguiti i seguenti obiettivi formativi:

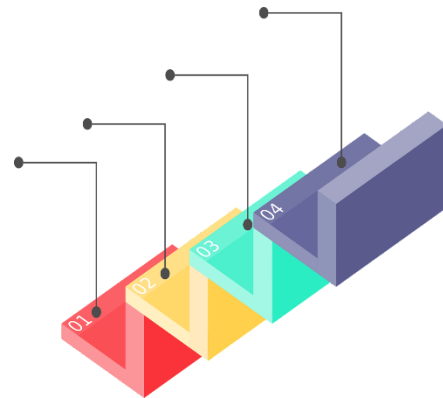
Obiettivi formativi		
Conoscenze	Competenze	Attitudini
<ul style="list-style-type: none"> • Nozioni base della scrittura su un blog • Nozioni base delle principali piattaforme di blog esistenti • Conoscenza delle tipologie di blog • Definizione del concetto di target di riferimento • Nozioni base della pianificazione dei contenuti • Nozioni base della redazione di articoli • Conoscenza degli strumenti esistenti per 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di “blogging” • Essere in grado di scegliere la piattaforma di blog più adeguata ai propri obiettivi • Individuare i diversi tipi di blog • Definizione del target • Pianificare un programma di pubblicazione efficace, in base alle tendenze del pubblico 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere come utilizzare il blog al fine di divulgare informazioni corrette e veritiere • Sviluppare un atteggiamento positivo nei confronti della scrittura • Comprendere quali siano gli argomenti più interessanti per il proprio pubblico • Comprendere l'importanza di pianificare i contenuti e implementare una



supportare la scrittura (es.: Grammarly)	<ul style="list-style-type: none">• Essere in grado di pianificare i contenuti• Essere in grado di scrivere un post o un articolo accattivante	strategia di pubblicazione
--	---	----------------------------

1. Come scrivere un buon post per il blog!

Potrebbe darsi che, iniziando un blog da zero, non si sappia da dove e come cominciare in termini di scrittura del blog. Pertanto è bene attenersi a strutture o guide predeterminate. I post del blog variano a seconda del tipo di blog. Conoscere la struttura base dei post del blog è fondamentale per i blogger principianti.



Struttura base di un post per un blog

Ogni post di un blog si basa su quattro elementi chiave:

- **Il titolo:** cattura l'attenzione e determina una linea-guida per la lettura.
- **L'introduzione:** aggancia il lettore e fa una promessa (da mantenere entro la fine del pezzo).
- **Il corpo centrale:** segue una serie logica e argomentata di punti, mantenendo viva l'attenzione del lettore.
- **La conclusione:** conclude il post e invita il lettore a trarre le proprie riflessioni.

Per comprendere meglio le nozioni base della struttura, è opportuno dare un'occhiata al seguente articolo esemplificativo. Si consiglia di leggere il seguente articolo e di porre attenzione a come è scritta ogni sezione, ovvero il titolo, l'introduzione, il corpo principale e la conclusione.



Articolo esemplificativo di un blog:

Titolo: I 10 grandi errori aziendali che ogni imprenditore dovrebbe evitare

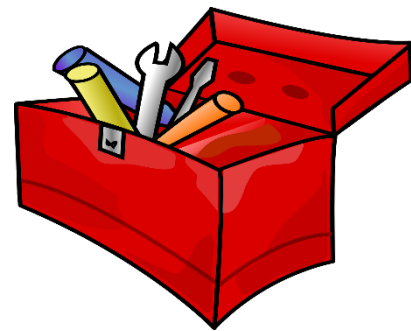
<https://syedbalkhi.com/10-biggest-business-mistakes-that-every-entrepreneur-should-avoid>

L

Come scrivere un buon post per il blog	
Descrizione:	Video: Come scrivere un post su un blog che sia effettivamente letto
Link:	https://youtu.be/-kOT39l0omU

2. Strumenti utili per un blogger

Il blog è un'attività complessa e trasversale che coinvolge più competenze, come la ricerca di argomenti, l'analisi dei feedback del pubblico di lettori, la scrittura, l'editing grafico, la promozione, etc. Fortunatamente, esistono diversi strumenti in grado di facilitare queste attività. In questa sezione, ne esamineremo alcuni.



[QUORA](#)

Quora è una piattaforma crowdsourcing dove è possibile pubblicare domande e risposte su qualsivoglia argomento. Può essere uno strumento utile per comprendere su quali argomenti e temi è maggiormente rivolta l'attenzione degli utenti al fine di tenerne conto nella progettazione dei contenuti del blog.

[BuzzSumo](#)

Inserendo un argomento o un URL nella casella di ricerca di BuzzSumo si potrà disporre di una vasta gamma di informazioni sui contenuti preferibilmente condivisibili sui social media. BuzzSumo può essere molto utile per dare corpo a un'idea esistente o per dare un nuovo taglio a un argomento già trattato in altri contesti.



[Portent Title Maker](#)

Scrivendo un qualsiasi termine nella casella di ricerca di Portent si potrà ottenere uno spunto ironico e accattivante per un buon titolo da mettere per il proprio articolo sul blog. Inoltre il titolo è modificabile e aggiornabile di volta in volta mantenendo la stessa parola.

[Twitter trending topics](#)

È bene consultare la sezione degli argomenti in tendenza su Twitter in modo da poter capire quali sono i temi più trattati ogni giorno.

[Google Trends](#)

Google Trends è un ottimo strumento in grado di fornire all'utente un'idea del volume di ricerca riguardo una determinata parola chiave o frase.

[Egg Timer](#)

Si tratta di un timer da preimpostare a seconda delle proprie esigenze (15 minuti per ricerca, 40 minuti per scrittura della bozza, etc.). Apparirà un popup allo scadere del tempo, il che potrebbe essere utile per pianificare efficacemente la programmazione del blog.

[Hemingway](#)

Hemingway è uno strumento di marketing gratuito davvero interessante, è in grado di analizzare la leggibilità del testo, evidenziando frasi un po' troppo complesse o articolate. Utile soprattutto in caso di scrittura di testi in lingua inglese.

[Grammarly](#)

Copiando e incollando il proprio articolo su Grammarly si potranno verificare l'ortografia, la struttura delle frasi, la punteggiatura, lo stile e molto altro. La verifica iniziale è gratuita, dettagli e ulteriori suggerimenti vengono forniti con il piano a pagamento. Molto utile se si scrivono post o articoli in lingua inglese.

[Meme Generator](#)

Si tratta di un software online molto utile, in grado di poter generare un meme da zero o adeguandolo a quelli già esistenti: talvolta un'immagine ironica è più efficace di tante parole.

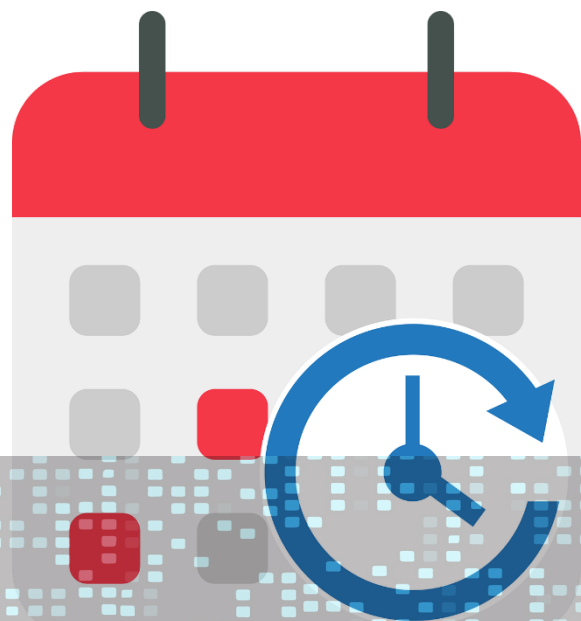




Strumenti utili per i blogger	
Descrizione:	Video: 13 strumenti utili per i blog che probabilmente non sapevi esistessero Risorse per i nuovi blogger
Link:	https://youtu.be/JtnRYrgh3PA

3. Pianificazione dei contenuti del blog

Creare e mantenere un blog di successo non è affatto semplice: è un'operazione creativa e trasversale che potrebbe richiedere molto tempo (settimane, mesi, anni). Ci sono tuttavia delle "regole minime" dalle quali non si può prescindere. Innanzitutto occorre pianificare regolarmente e scrupolosamente i contenuti del blog. Il che implica la creazione di un piano editoriale, l'analisi costante dei feedback provenienti dai lettori (dai numeri ai commenti). Una buona qualità del blog non può escludere fattori come costanza e cura a livelli sostanzialmente quotidiani o comunque con cadenze regolari. In questo modulo



vengono offerti consigli utili per iniziare a costruire un buon blog!

La pianificazione dei contenuti del blog è il cuore stesso del progetto!

1. Definizione degli obiettivi

Definire in modo chiaro e preciso una serie di obiettivi da raggiungere è il primo passo fondamentale a monte di qualsivoglia processo creativo e/o pianificazione. Tanti e vari potrebbero essere gli obiettivi alla base della creazione di un blog: intercettare le esigenze informative di una comunità, offrire un luogo virtuale nel quale condividere esperienze ed opinioni, condividere una passione comune o far conoscere il proprio lavoro, accrescere il volume d'affari della propria azienda con nuovi clienti o investitori.

Più che l'obiettivo in sé, è dunque importante fissarlo fin da subito, prima di qualsivoglia pianificazione, e tenerlo sempre bene in mente, come stella polare del progetto e finalizzazione ultima di ogni strategia futura.

2. Definizione del target

Definito l'obiettivo, l'altro passo fondamentale e quasi parallelo al primo deve essere la definizione di un target di lettori. Tanto più si sarà fatta della buona ricerca sui contenuti di qualità, tanto meglio si analizzeranno e comprenderanno gli interessi del pubblico, in modo non solo da poter riuscire a coinvolgere ma a preservare l'attenzione nel corso del tempo. Potrebbe ben trattarsi un blog di nicchia, su un argomento tanto specializzato quanto più in grado di intercettare una certa fascia di pubblico.

L'analisi dei feedback e delle esigenze del pubblico di lettori è alla base dello sviluppo di contenuti sempre più mirati



e pertinenti. In questo modo si sarà in grado di mantenere il blog come una realtà dinamica, generando un traffico dati costante nelle visite.

3. Programmazione dei post

Un buon piano di pubblicazione dei post mira a perseguire e raggiungere un equilibrio tra quantità e qualità dei contenuti. Un blog aggiornato in modo incostante e con grandi differenze temporali tra un articolo e l'altro difficilmente potrà essere fonte di fidelizzazione per i lettori, altresì contenuti regolari ma di scarsa qualità o ripetitivi rappresentano un ostacolo alla crescita del blog. È bene programmare con cura la pubblicazione costante e regolare dei post, variando di volta in volta il contenuto.

Pianificazione dei contenuti del blog	
Descrizione:	Video: pianificazione del blog – idee chiave e contenuti
Link:	https://youtu.be/1SMzFICoE9M

Link di approfondimento

<https://www.theblogstarter.com/> - Useful website for new bloggers

<https://www.blogtyrant.com/blog-sites/> - How to choose the best blogging platform



MEDIA

HACKS



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

“The European Commission’s support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.”
Project Number: 2020-1-IE01-KA204-066032