

Le professioni del Web

CREAZIONE E GESTIONE CONTENUTI

Web editor: il creatore/pubblicatore dei contenuti.

- redattore web
- content editor
- blogger
- giornalista

Talento: voce caratteristica.

Content curator: il selezionatore e aggregatore di fonti e notizie.

“Nel futuro i contenuti sul web andranno duplicandosi ogni 72 ore. Ci sarà bisogno di una nuova categoria di individui. Non qualcuno che lavori creando ulteriori contenuti, ma che dia un senso a tutti i contenuti creati da altri” Rohit Bhargava, Global Director, Ogilvy (2009).

Talento: trasformare il rumore di fondo in segnale e quest'ultimo in storie co-create.

CREAZIONE E GESTIONE RELAZIONI

Community manager: portabandiera e portavoce della community.

Talento: empatia.

PROMOZIONE (PEOPLE ORIENTED O TOOL ORIENTED)

Digital PR: l'architetto delle relazioni tra persone.

Talento: abilità nel networking all-line: no barriere geografiche ma aggregazione per passioni e interessi (online); frequentazione meeting, seminari, workshop, andare a incontri e vedere gente (offline); gestire e sviluppare i contatti (online).

ANALYSIS/MONITORING

Web analyst: l'interprete delle modalità di navigazione degli utenti.

Talento: capacità di leggere e interpretare i numeri e di tradurli in strategia (comportamento, engagement, fasce orarie, provenienza utenti, pagine più viste ecc).

E-reputation manager: guardiano del passaparola.
chi sta parlando di noi? dove? come? perché

Talento: capacità di gestione e interpretazione degli elementi linguistici e semantici.

OPTIMIZATION CODICE E CONTENUTI

SEO (Search Engine Optimizer): l'ottimizzatore della visibilità sul web.

Talento: attitudine al testing.

Le parole del web

sito web: l'insieme di più pagine Web, collegate tra loro per mezzo di collegamenti ipertestuali, e cui si accede tramite lo stesso indirizzo. È il luogo virtuale nel quale un singolo individuo, una società, un'associazione o un'istituzione offrono contenuto informativo al pubblico dei visitatori.

CMS: un content management system (sistema di gestione dei contenuti in italiano) è un strumento software, installato su un server web, il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web, svincolando il webmaster da conoscenze tecniche specifiche di programmazione Web.
“lato amministrazione”, quindi non pubblico ma ristretto a un numero limitato di utenti, amministratori, di un sito.

editor (di testo): programma per la composizione di testi, con o senza formattazione (stili: titoli, enfasi, corpo, ecc.). Word è un tipo raffinato di editor o word processor, Blocco note uno non raffinato; dentro ai CMS di solito c'è una finestra di editing per inserire i testi da pubblicare, che si incollano dentro copiandoli da altro file (word).

pubblicazione: rendere visibile un contenuto online. Nel caso dei social network può avere filtri a seconda del pubblico che vogliamo raggiungere.

condivisione: fare propri contenuti altrui: ripostare, ritwittare, embeddare, “share”: il principio dei social media

software: programmi per una piattaforma

html: l'HyperText Markup Language (HTML; traduzione letterale: linguaggio a marcatori per ipertesti), in informatica è il linguaggio di markup solitamente usato per la formattazione e impaginazione di documenti ipertestuali disponibili nel World Wide Web sotto forma di pagine web, nato assieme al web 1.0.
È un linguaggio di pubblico dominio, la cui sintassi è stabilita dal World Wide Web Consortium (W3C), e che è derivato da un altro linguaggio avente scopi più generici, l'SGML.

pagine statiche/dinamiche:

Le pagine statiche (quelle che in genere riconoscete dall'estensione .html o .htm) sono dei file in codice HTML che descrivono minuziosamente testi da impaginare, grafica e immagini.

Quando l'utente di un sito visita una pagina, ciò che avviene è che il server su cui risiede il sito invia al browser (il programma che utilizzato per navigare, ad esempio Safari, Explorer, Firefox, Chrome) il file HTML; il browser sa decodificare il file, e quindi mostra i contenuti della pagina sullo schermo dell'utente.



Le pagine dinamiche, invece che contenere il codice HTML (o meglio invece di contenere solo quello) contengono **programmi** per il server; questo li esegue e quindi scrive il codice HTML da inviare al browser (che quindi non è preesistente come nella pagina statica).

In altre parole, il contenuto della pagina non è deciso a priori ma può variare in base a condizioni di vario genere. Un esempio dovrebbe chiarire notevolmente: quando effettuate una ricerca su Google, la pagina dei risultati che vi viene presentata non è già esistente prima della vostra richiesta. Solo dopo che il server ha eseguito la sua ricerca sulla parola chiave da voi indicata viene creato il codice per presentarvi i risultati.

Ecco quindi che anche una sola pagina dinamica può generare potenzialmente un numero infinito di pagine reali. In fondo è una specie di modello, in cui testi e immagini vengono collocati in base alle esigenze.

I linguaggi utilizzati per scrivere queste pagine sono diversi; ASP, PHP o CFM e tanti altri (spesso trovate le estensioni corrispondenti nel nome delle pagine a sostituire htm o html che avevamo sulle statiche). Possono dialogare con i data base, cioè con gli archivi puri di informazioni.

Pagine realizzate dinamicamente possono aumentare le funzionalità dei siti.

L'utilizzo risulta particolarmente indicato quando si richiede un aggiornamento costante e rapido. Pensate ad esempio a rassegne stampa o cataloghi di prodotti; realizzarli staticamente significherebbe creare singole pagine per ogni elemento con costi elevatissimi e tempi prolungati.

Le pagine dinamiche consentono di aggiornare in tempo reale i testi contenuti in una sezione, aggiungere o eliminare voci, creare un motore di ricerca interno, proteggere determinate pagine o cartelle con username e password, chattare in un forum o in un guestbook.

I contenuti da pubblicare risiedono in un database; questo permette in alcuni casi di modificare il sito senza conoscenze specifiche, senza dover contattare uno sviluppatore web.

Tutto questo è in linea con la tendenza di separare forma e contenuto. Un sito dinamico permette di cambiare colori, caratteri e struttura senza andare ad intaccare i contenuti, o viceversa, aggiornare totalmente un database senza che la forma del sito subisca variazioni, garantendo velocità e qualità. Le pagine statiche non possono essere aggiornate dall'utente, le dinamiche sì.

Fare un sito

- rigore e serietà
- consapevolezza dei propri mezzi
- obiettivi (target, pubblico, qualità) chiari
- gestione risorse umane ben organizzata

GESTIRE I CONTENUTI

Per organizzare i contenuti editoriali è necessario avere un software, un sistema di gestione dei contenuti (CMS)

L'uso di un CMS permette di gestire in modo automatico i contenuti, renderli uniformi, modificabili e aggiornabili. Si tratta di disporre di un compositore automatico di pagine web, un impaginatore che fornisce cornici o lay-out pronti all'uso, pagine modello in cui gli spazi e gli ingombri sono predeterminati e organizzati e al redattore non resta che inserire la notizia, scegliendo alcune caratteristiche grafiche, inserendo titolo, sommario, firma, foto, link.

Grazie al CMS si dispone di TEMPLATES o pagine modello differenti a seconda che si tratti della home page, delle pagine interne o di dettaglio, delle home page di categoria, dei singoli articoli.

Queste pagine modello hanno la loro impostazione grafica in termini di stili, spazi, colori, ma non hanno contenuto o ne hanno uno posticcio o di prova per simulare con sufficiente verosimiglianza l'impatto grafico di un testo o di un'immagine reali, in modo particolare per quanto riguarda l'impatto estetico (il LOREM IPSUM - testo segnaposto utilizzato da grafici, designer, programmatori e tipografi a modo riempitivo; privo di senso, composto da parole (o parti di parole) in lingua latina, riprese pseudocasualmente da uno scritto di Cicerone del 45 a.C).

Inserendo il pezzo il giornalista lo carica all'interno di un database o tabella in cui sono archiviati i dati. Solo nel momento in cui l'utente apre la pagina il contenuto del DB appare inserito all'interno della pagina, venendo richiamato dal database. Non è quindi necessario conoscere l'html.

Ciascun redattore o web editor ha un user id e una password con cui accedere al sistema e immettere dati o modificarli sulla base dei permessi che gli sono stati attribuiti. Spetta al webmaster o gestore del sistema stabilire chi e come può intervenire. Prima di pubblicare si può prevedere un sistema per cui è necessario ricevere l'approvazione da parte del capo redazione.

I CMS gratuiti sono molti, open source: il sistema prevede l'uso del linguaggio php e l'immagazzinamento dei dati in un DB open source MySQL.

A livello di struttura grafica o layout, un CMS può essere impostato in diverse maniere. Solitamente per un magazine online l'altezza del modulo è di 30-40 righe

per pagina o schermata senza scroll, in modo che la pagina non sia troppo lunga (meglio semmai dividere su più pagine). I margini devono essere ampi, lo spazio vuoto ai lati del testo dà chiarezza e ordine e incornicia il contenuto.

GRAFICA E USABILITÀ

Queste e altre considerazioni riguardano grafica ed estetica, ma anche la “web usability”, la semplicità e l’ergonomia con cui un’utente può interagire con un sistema. L’ergonomia si occupa dell’interazione o rapporto tra uomo e strumenti informatici, puntando a trovare soluzioni per rendere semplice ed efficace tale interazione. I processi cognitivi coinvolti sono tanti: emozioni, percezioni, pensiero, memoria, linguaggio: l’ergonomia mira al benessere dell’uomo. Le parole d’ordine sono Content strategy, user experience, visual design, interaction design, information architecture.

Per l’informatico danese Jakob Nielsen (considerato la massima autorità nel campo della web usability), l’usabilità di un’interfaccia può essere declinata nei termini di cinque indicatori:

- > facilità con cui si impara a lavorare con il sistema;
- > efficienza, determinata dal maggior grado di produttività possibile;
- > facilità con cui l’utente riesce a ricordare le varie informazioni necessarie per l’utilizzo del sistema;
- > numero di errori compiuti dall’utente nell’interazione con il sistema e la robustezza del sistema nei confronti di tali errori;
- > soddisfazione d’uso.

Di seguito le linee guida per la disposizione dei contenuti nel web

1. organizzare i contenuti in modo chiaro a ogni livello del sito Web, seguendo un criterio logico che appaia tale anche ad utenti casuali;
2. posizionare le informazioni più importanti all’inizio della gerarchia del sito, ed all’inizio della singola pagina;
3. facilitare lo scanning visivo tramite titoli chiari e propriamente posizionati, liste puntate, titoli nidificati, frasi e paragrafi brevi e informativi;
4. raggruppare le informazioni tra loro collegate in modo da diminuire il tempo necessario alla ricerca;
5. mostrare solo l’informazione necessaria, assicurandosi che essa sia presente al momento giusto e nel posto giusto;
6. fornire la stessa informazione in formati multipli, per consentirne l’accesso ad un vasto pubblico;
7. utilizzare rappresentazioni quantitative, ad esempio grafici o illustrazioni, per ridurre il tempo necessario alla comprensione di un concetto.
8. utilizzare il colore per rappresentare raggruppamenti di elementi appartenenti alla medesima categoria.

Secondo Munari, il design non è arte, ma logica della struttura intesa come forma coerente con l'uso. L'estetica in questa prospettiva si potrebbe definire come "Il bello è la conseguenza del giusto".

REPERIRE I CONTENUTI

fonti:

- agenzie di stampa (gratuite: Ansa, Reuter, Adn-kronos)
- internet
- quotidiani locali
- programmi radio o televisivi
- osservazione
- creatività

CATTURARE L'ATTENZIONE DEL LETTORE: elementi da curare

- contenuto della notizia
- struttura
- presentazione grafica
- linguaggio