



Blog e podcast

Marco Faré



1. Introduzione

Internet ha un ruolo sempre più importante nella vita di tutti. Chi ha più di 25 anni ha vissuto una parte importante della sua vita senza Internet, ma chi ne ha di meno può essere considerato un nativo digitale: ha trovato un mondo dove l'uso di Internet era già diffuso. Comunicare, in ogni forma, tramite Internet non è più strano che parlare al telefono.

Oggi è assolutamente normale comunicare via email, cellulare o messaggia istantanea. È altrettanto normale pubblicare foto sul web o i propri pensieri su un sito. Il concetto di privacy sta cambiando profondamente e ciò che una volta era abitudine tenere per sé, oggi può essere facilmente condiviso – anche in forma anonima – con altre persone.

Negli ultimi quattro o cinque anni, i fenomeni del blogging e del podcasting sono esplosi. Sono in molti a sostenere che non si tratta solo di una moda tecnologica passeggera, ma di un fenomeno sociale emergente che sta cambiando il modo di fare comunicazione su Internet.

Come tutti i nuovi mezzo di comunicazione, i blog e i podcast hanno raggiunto anche l'ambiente dell'apprendimento e dell'istruzione. Si sono diffusi inizialmente nelle scuole di giornalismo, ma ora stanno raggiungendo molti altri ambiti.

Si tratta veramente di una rivoluzione, come sostenuto da alcuni? O è una bufala come le tante che abbiamo già incassato? Se da un punto di vista comunicativo non è una vera e propria rivoluzione, in quanto gli strumenti non sono innovativi, dal punto di vista sociale la facilità d'uso di questi strumenti e la conseguente diffusione è certamente rivoluzionaria. Jeremy Wagstaff, sul Wall Street Journal, scriveva: "Un giorno i vostri nipoti vi salteranno in braccio e chiederanno 'Nonno, nonna, generica figura di avo, cosa facevi durante la Grande Rivoluzione dei Blogs?' E, Luca Sofri, sul suo blog, commenta: "Un'altra rivoluzione su Internet, ma questa è una vera, come non se ne vedevano dall'invenzione dei motori di ricerca, e concreta, un fenomeno sociale e dell'informazione, non un'altra bolla economica da cui immaginare fantomatici guadagni."

2. Blog

In questo capitolo impareremo cos'è un blog, in che contesto possiamo considerarlo e quali sono le tecnologie che dobbiamo conoscere.

2.1 Definizione di blog

Trattandosi di qualcosa di nuovo, la definizione di blog è piuttosto sfumata ed elastica. Certamente, è dibattuta.

Possiamo affermare con sicurezza che un **blog** è un sito web.

Cosa caratterizza un sito web e lo fa diventare (anche) blog?

Innanzitutto, un blog è un sito web su cui è molto facile scrivere. Inoltre è anche molto facile da leggere, siccome la struttura è la stessa per ogni blog: un blog è strutturato come un diario, dove l'ordine è cronologico inverso. Ciò significa che l'ultima cosa scritta (un articolo, o meglio, un **post**) appare per prima, in alto. Alcuni blog propongono anche una classificazione per temi.

La grande attrattiva del blog, rispetto al sito tradizionale, è proprio la facilità con cui lo si può aggiornare (e creare), grazie alle numerose piattaforme gratuite presenti sul web. In pochi click, senza aver mai sentito parlare del linguaggio html, si può iniziare a raccontare ciò che si desidera. Scrivere un blog non è più difficile che mandare un email.

I blog nascono nel 1997. Nel 1999 Jesse James Garret ne contava 23¹. Giugno 2004: Technorati.com, motore di ricerca dedicato ai blog, ne conta 3 milioni. Oggi, sempre secondo Technorati, sono più di 50 milioni. La parola blog viene da web log, diario sul web. Ma un blog non è per forza un diario, è uno strumento di gestione dei contenuti (CMS), pertanto, può contenere qualsiasi cosa.

Molti blog permettono ai lettori di commentare ogni post.

Una caratteristica molto importante dei blog è il **blogger**, cioè la persona che lo scrive. Dietro a ogni blog c'è una persona (o un gruppo ristretto) che scrive dei suoi interessi, del suo lavoro, della sua vita privata, dei problemi con la tecnologia che ci circonda. I blog sono disseminati di link ad altri siti e di commenti ad altri blog. Essi costituiscono una fetta di Internet ingenua e un po' anarchica. Sofri sostiene che:

L'autore del weblog è insieme lettore ed editore. Lettore delle cose che vengono pubblicate in rete, che poi seleziona, raccoglie e commenta come editore del suo weblog. La mole sterminata di contenuti che circola su Internet (compresi gli articoli di carta stampata riprodotti in rete) viene così scelta da qualcuno che ne fornisce ai lettori una scelta mirata, secondo criteri che possono essere tematici o di suo gusto personale.

E aggiunge:

Un weblog è un sito personale, a cavallo tra un diario, un articolo di commento e una rassegna stampa, aggiornato quotidianamente o quasi. Come tutte le versioni di rassegne stampa sul web, ha il vantaggio di consentire l'accesso immediato, tramite un clic, al testo originale passato in rassegna, articolo di giornale o di sito web, o pagina di qualsiasi genere.

Chi legge un certo blog, lo fa perché apprezza la persona e ciò che dice. Se una persona dovesse cambiare blog, i lettori seguirebbero la persona, difficilmente resterebbero fedeli allo stesso blog gestito da un altro.

Ma i blog, secondo quanto scrive Giuseppe Granieri nel blog che accompagna il suo *Blog generation*², non sono che lo strumento, un metodo di relazione sociale, un sistema di

¹ Le Meur Loïc, **Les weblogs et leur utilisation en interne pour les entreprises** - Six Apart SA - Intervention au Knowledge Management Forum 2004, <http://www.sixapart.com/>

² Giuseppe Granieri, <http://www.bookcafe.net/blog/blog.cfm?id=146#prima>

condivisione della conoscenza, un archivio della propria storia intellettuale e tantissime altre cose insieme.

2.2 Blogosfera

La **blogosfera**, è l'insieme dei blog. Il termine è stato coniato per scherzo nel 1999: Goodbye, cyberspace! Hello, blogiverse! Blogosphere? Blogmos? (Carl Sagan: "Imagine billions and billions and billions of blogs.")³

e poi ripreso seriamente da William Quick nel 2002 su DailyPundit⁴, facendo riferimento a *logos*. La blogosfera ha una struttura fortemente interconnessa: i blogger, gli autori dei blog, leggono spesso blog di altre persone, li linkano, li citano e ne riprendono i temi, proponendone altri punti di vista e arricchendoli con altre esperienze. Il singolo blog si distingue da un sito o da un forum grazie alla sua appartenenza a questa rete sociale che si estende per tutto il web. L'ipertesto permette di seguire una conversazione saltando di blog in blog.

La blogosfera si integra con la **mediasfera**, un termine usato per indicare l'intero mondo dei media. In *Blog Generation*⁵, Giuseppe Granieri mette in evidenza i punti di contatto tra i due mondi, che si nutrono uno dell'altro in un circolo virtuoso infinito. Il blogger, per Granieri, è un cittadino informato e monitorante che riprende ciò che legge, lo approfondisce e lo ripropone in modo arricchito. È uno che partecipa alla Grande Conversazione e si conquista un ruolo di primo piano nell'arena politica, che, grazie ai blog, torna a essere l'agorà ateniese, la democrazia diretta per eccellenza.

2.3 Esempi, tipi di blog

Il mondo dei blog è molto variato. Accanto ad alcune blogstar (tra cui spicca sicuramente Beppe Grillo, per quanto in modo anomalo) esistono innumerevoli blog che raggiungono e interessano diverse nicchie. In questo senso, è difficile misurare l'importanza di un blog: anche un blog con pochi lettori può essere un'autorità nel suo campo.

Vediamo ora una serie di esempi di tipi di blog. Scopo di questa sezione è mostrare cosa viene scritto nei blog, ma non si ha la pretesa di essere esaustivi. La maggior parte dei blogger usa il blog come diario personale, per far conoscere i propri sentimenti e le proprie opinioni ai lettori occasionali o assidui. Sono molto diffusi anche i blog tenuti da giornalisti, oppure i blog autoironici, impegnati, satirici, "televisivi" o umoristici; non mancano blog di scrittori o di poesia. Alcuni blog includono interviste o vere e proprie trasmissioni radiofoniche (si veda il capitolo sul podcast).

Tra le tipologie più diffuse troviamo (da <http://it.wikipedia.org/wiki/Blog>):

blog personale - È la categoria più diffusa. L'autore vi scrive le sue esperienze di ogni giorno, poesie, racconti, desideri (più o meno proibiti), disagi e proteste. Il contributo dei lettori nei commenti è in genere molto apprezzato e dà vita a discussioni molto personali (ma anche a discussioni animate).

blog di attualità - Molti giornalisti utilizzano i blog per dare voce alle proprie opinioni su argomenti d'attualità o fatti di cronaca, o più semplicemente per esprimere la propria opinione su questioni che non trovano quotidianamente spazio fra le pagine dei giornali per i quali scrivono. Altre persone utilizzano il blog per commentare notizie lette su giornali o siti Internet.

blog tematico - Ogni essere umano ha un hobby o una passione. Spesso questo tipo di blog diventa un punto d'incontro per persone con interessi in comune.

blog directory - Una delle caratteristiche peculiari dei blog è la gran quantità di link. Alcuni blog si specializzano nella raccolta di link su un argomento particolare. Anche alcuni siti di news possono rientrare in questa categoria.

photoblog - Sono blog su cui vengono pubblicate foto invece che testi.

³ Graham Brad L., http://www.bradlands.com/weblog/september_10_1999/

⁴ http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120

⁵ Giuseppe Granieri, **Blog generation**, Laterza, Bari, 2005

blog vetrina - Alcuni blog fungono da "vetrina" per le opere degli autori, come vignette, fumetti, video amatoriali o altri temi particolari.

blog politico - Vista l'estrema facilità con la quale è possibile pubblicare contenuti attraverso un blog, diversi politici lo stanno utilizzando come interfaccia di comunicazione con i cittadini, per esporre i problemi e condividere le soluzioni, principalmente a livello locale.

urban blog - Blog riferiti ad una entità territoriale definita (una città, un paese, un quartiere) e che utilizzano la tecnica del passaparola digitale per compiti di socializzazione diretta e indiretta anche con l'utilizzo di immagini e video riferiti alla comunità. Interessante l'utilizzo di mappe e di sistemi di social bookmarking per aumentare il livello di condivisione e di collaborazione.

watch blog - Blog in cui vengono criticati quelli che l'autore considera errori in notiziari on-line, siti web o altri blog.

m-blog - Blog utilizzati per pubblicizzare le proprie scoperte musicali e renderne gli altri partecipi attraverso la pubblicazione di mp3 (da qui il prefisso) o file audio dei più disparati formati.

vlog o video blog - Si tratta di un blog che utilizza filmati come contenuto principale, spesso accompagnato da testi e immagini. Il vlog è una forma di distribuzione di contenuti audiovideo. I vlog sono utilizzati da blogger, artisti e registi.

Audio Blog e podcasting - Si tratta di blog audio pubblicati attraverso il Podcasting. La peculiarità di questo tipo di blog è la possibilità di scaricare automaticamente sia sul proprio computer che sui lettori mp3 portatili come l'iPod gli aggiornamenti attraverso i feed RSS con gli audio incapsulati. Si veda il capitolo dedicato al podcast.

nanopublishing - blog monotematico, dal contenuto leggero e scritto a più mani.

moblog - blog che si appoggia alla tecnologia "mobile", ovvero dei telefoni cellulari. I contenuti sono spesso immagini (inviata via MMS) o video (in alcuni casi registrati direttamente in video chiamata).

Un'originale classificazione viene da un osservatore italiano, Giorgio Nova⁶:

cacciatori (o esploratori o raccoglitori): esplorano la rete e portano a casa le novità (non necessariamente "notizie" nel senso tradizionale) in modo sistematico. Citano selvaggiamente, costruendo percorsi informativi diversi da quelli dell'informazione tradizionale.

tessitori (o coltivatori): sono meno rapidi dei cacciatori, ma tendono ad approfondire più volentieri. "Costruiscono discorsi, coltivano interessi nel tempo, li aggregano, esprimono opinioni articolate, confrontano."

sciamani: costruiscono, come i tessitori, trame e tessuti ma sono in grado di farlo con limitatissimi dati di partenza. Mostrano il significato emotivo delle informazioni, rapportandolo al nostro essere.

2.4 Il contesto del web 2.0

In quanto fenomeno sociale, più che tecnologico, i blog fanno parte del **Web 2.0** (o *social web*; altre definizioni sono *social software*, *web condiviso*, *read&write web*). Il web 2.0 è un concetto recentemente delineato e non del tutto circoscritto, che possiamo definire come un approccio riferito alla creazione e distribuzione di contenuti su web, caratterizzato da comunicazione aperta e libertà di condividere e riutilizzare⁷.

Il Web 2.0 è lo spirito che anima un individuo a condividere il proprio lavoro.

Grazie ad alcune tecnologie, per la verità piuttosto semplici, il web si è evoluto verso un modello di distribuzione dei contenuti impensabile al di fuori del mondo digitale. Insieme ai blog, evoluzione dei siti web personali, tra le grosse novità del Web 2.0 possiamo citare la classificazione per tags, la condivisione (sharing), i wiki e i feed.

Finora siamo stati abituati a una categorizzazione gerarchica, come per esempio i file nelle cartelle di un computer oppure le categorie delle directories associate ai motori di ricerca (www.dmoz.org). Il concetto di **classificazione per tags** (etichette) è caratterizzato dalla possibilità di assegnare

⁶ <http://falsoidillio.splinder.com/1043518643#32422>

⁷ da Wikipedia; http://it.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

una o più etichette a uno stesso oggetto e organizzare i contenuti in rete, anziché in una gerarchia rigida⁸. Esempi di uso dei tags sono del.icio.us⁹, sito di social bookmarking, per etichettare e condividere link a siti interessanti, e Flickr¹⁰. Flickr è un sito di **condivisione** di fotografie che utilizza una serie di licenze denominate Creative Commons¹¹ per regolare la pubblicazione di contenuti proteggendo i diritti degli autori.

Un elemento importante del Web 2.0 è il **wiki**¹²: un insieme di software collaborativi che consentono di creare siti web su cui chiunque può inserire o modificare del contenuto. Gli esempi più spettacolari sono Wikipedia¹³, enciclopedia libera ampiamente usata come risorsa di questo stesso modulo, e Wikinews¹⁴.

Giuseppe Granieri sostiene che la blogosfera sia un'anticipazione, imperfetta ma già presente, di quello che gli esperti chiamano il **web semantico**, una rete più intelligente. I blog, nel loro insieme, sono un enorme filtro di contenuti, distribuito e collettivo, un motore di ricerca estremamente caotico e sorprendentemente efficace, che permette di trovare ciò che si cerca e ciò che non si cerca. Blog e reputazione consentono di usare la blogosfera come strumento di accesso all'informazione di qualità.

Per quanto riguarda l'uso dei blog, sono soprattutto i giovani a prediligere i "diari online" rispetto ai quotidiani: gli andamenti delle vendite rivelano che diminuisce la propensione all'acquisto di un giornale nella fascia 18-34 anni. Il fenomeno è particolarmente evidente in America dove il numero di lettori giovani si è dimezzato negli ultimi 15 anni¹⁵, mentre aumenta considerevolmente quello di chi consulta i blog: oggi il 32% di questo segmento è un lettore abituale di blog. Secondo un'inchiesta¹⁶ della *Online Publisher Association*, inoltre, solo il 17% di chi ha meno di 25 anni ritiene che la lettura dei giornali sia una parte importante nella vita. Un'altro studio, firmato *Perseus*, porta addirittura oltre il 90% la porzione di autori di blog tra i 13 e i 29 anni.

Questo significa che la gente è meno informata? No. Significa che mentre prima l'opinione autorevole era quella riportata da una testata o da un commentatore televisivo, oggi alcuni lettori prediligono la Rete e un rapporto più personale con il singolo autore. Impressionante il successo del commentatore statunitense Andrew Sullivan: il suo sito è così letto da avere un numero di lettori superiori alla rivista *The New Republic* di cui è stato direttore¹⁷.

I dati rilevati da *comScore* danno alcune indicazioni sulla natura dei lettori, sempre riferiti agli Usa. Nel primo quadrimestre del 2006, un americano su sei avrebbe visitato un blog. Paragonato al navigatore medio, il lettore di blog è più benestante, giovane e usa connessione a banda larga, sia da casa che dall'ufficio. Questo conferma la natura elitaria di questo pubblico: chi non può permettersi una linea ad alta velocità è scoraggiato a leggere i blog - e ad aggiornarli - perché le operazioni diventano lente e talvolta impossibili per le frequenti interruzioni della connessione. Infatti l'83% dei frequentatori di siti blog ha la banda larga, il 17% no.

In Gran Bretagna, una ricerca¹⁸ sostiene che solo il 2% degli utenti ha un blog, e solo il 10%, equivalente a 2,8 milioni di inglesi, li legge. Ciò nonostante, uno studio svolto da Jupiter research ha dimostrato come i blog, nonostante numericamente ancora poco rilevanti, abbiano crescenti

⁸ Per approfondire: Clay Shirky, *Ontology is Overrated: Categories, Links, and Tags*, http://www.shirky.com/writings/ontology_overnated.html

⁹ <http://del.icio.us/>

¹⁰ <http://www.flickr.com/>

¹¹ <http://creativecommons.org/>

¹² <http://it.wikipedia.org/wiki/Wiki>

¹³ <http://www.wikipedia.org/>

¹⁴ <http://www.wikinews.org/>

¹⁵ Dati della Newspaper association of America e della rivista *American Demographics Magazine*.

¹⁶ Online Publisher Association, **Generational Media Study - 21 September 2004**, <http://digital-lifestyles.info/2004/09/24/opa-generational-media-study-yields-interesting-results>

¹⁷ Fu Lily, **Sullivan: Blogs to replace formal op-ed style**, Complete Coverage,

<http://www.journalists.org/2003conference/news/000038.html>

¹⁸ Zweynert Astrid, **Citizen journalism climbing up the UK media ladder**,

<http://blogs.reuters.com/2006/04/28/citizen-journalism-climbing-up-the-uk-media-ladder/>, 28 aprile 2006

capacità di condizionamento dell'opinione pubblica: a "fare opinione" spesso sono i blogger più che gli editorialisti dei giornali e, sebbene non esistano statistiche precise, aumenta la propensione dei quotidiani o in generale della stampa a riprendere e sviluppare notizie nate nella "blogosfera".

In Francia, secondo *Le Monde*, nascono 15mila blog al giorno e ormai un francese su venticinque ha un suo blog¹⁹. I francesi scriverebbero sui blog fino a un milione di messaggi al giorno, tanto che anche gli investitori pubblicitari cominciano a interessarsene. Anche in Francia emerge chiaramente, sempre secondo *Le Monde*²⁰, la tendenza a distinguere quantità da qualità: non è il numero di blog che conta – oggi sarebbero in tutto sei o sette milioni i blog francesi (quattro e mezzo dei quali sulla piattaforma *Skyrock*²¹) – ma quei pochi blog davvero influenti. *Le Monde* ne ha individuati quindici.

Trend analoghi a quelli britannico e francese sono riscontrabili negli altri Paesi europei, anche se si tratta più che altro di impressioni: mancano statistiche precise su realtà importanti come quella italiana o svizzera.

Ed è molto recente la notizia²² secondo cui il 55 % degli adolescenti americani ha creato un proprio profilo online, su un qualsiasi sito di tipo *social web*.

2.5 Piccolo glossario delle tecnologie

I blog si portano dietro alcune tecnologie ed è bene conoscere cosa sono e cosa fanno (in ordine di importanza).

Newsfeed, RSS: si tratta di una tecnologia che permette di condividere il contenuto del blog (senza il suo aspetto grafico) e di riutilizzarlo in altri siti o programmi (aggregatori, si veda sotto).

Permalink: un indirizzo web immutabile per un determinato post. È fondamentale per condividere i propri scritti.

Trackback: indica la possibilità di fare un link al contrario, cioè di segnalare a un articolo pubblicato su un blog che esso è stato linkato da un altro blog.

Template: modello grafico con cui un blog appare. Se si usano quelli standard, scrivere un blog è veramente facile. Modificarli può essere macchinoso.

Ping: tecnologia, normalmente automatica, che permette di avvisare diversi servizi online che si è aggiornato il proprio blog.

Piattaforma di blog: software o sito per gestire il proprio blog. Esistono diverse tecnologie per gestire un blog e diverse piattaforme per ospitarlo. Un blog può essere ospitato da un servizio, di solito gratuito. In questo caso si apre un account, scegliendo nome del blog e password e si può iniziare. Se si desidera più flessibilità (ma è più complicato) si può comprare uno spazio web vuoto, metterci dentro un software per gestire blog e fare tutto in autonomia. Le maggiori piattaforme di blogging sono: Blogger (www.blogger.com), Splinder (www.splinder.com), Wordpress (www.wordpress.com).

¹⁹ Zilbertin Olivier, **Un Français sur dix a créé son blog sur Internet**, *Le Monde*, 4 gennaio 2006. Queste cifre sono state contestate: impropriamente Zilbertin aveva parlato di un "blogger" ogni 10 francesi, in realtà è un internauta su dieci ad aver tentato l'esperienza del blog. Vale a dire un francese su 25. La precisazione arriva grazie alle reazioni della blogosfera francese all'articolo. Fonte:

<http://www.heaven.fr/blog/2006/01/compter-les-blogs-et-les-bloggeurs-une.htm>

²⁰ Zilbertin, Olivier, **15 blogueurs leaders d'opinion sur la Toile**, *Le Monde*, 7 aprile 2006

²¹ <http://www.skyrock.com/>

²² <http://www.resourceshelf.com/2007/01/08/new-statistics-55-percent-of-online-teens-have-created-online-profiles/>

2.6 Leggere i blog: gli aggregatori

I blog sono siti, come abbiamo visto, e possono essere fruiti da web come qualsiasi sito. In questo caso è necessario un browser e la pazienza di aspettare che la pagina venga caricata.

Per restare informati e aggiornati, però, è necessario seguire diversi blog. Visitarli tutti, uno per uno, e leggerne solo gli articoli più nuovi richiede un notevole dispendio di tempo.

In aiuto interviene la tecnologia dei feed RSS.

I feed RSS consentono di distribuire i contenuti del blog attraverso altri canali fruibili in modo molto più rapido rispetto alla tradizionale visita al sito web.

Per leggere i feed RSS esistono due possibilità. La prima è quella di usare programmi dedicati, da installare sul proprio PC. Di questi aggregatori di news²³ ne esistono di diversi tipi, alcuni a pagamento, altri gratuiti. Questi programmi permettono di creare una propria lista di blog preferiti. Ogni volta che si entra, analogamente a quanto può succedere con la posta elettronica, il programma segnala quanti articoli nuovi sono presenti. Leggendo un singolo articolo, è possibile generalmente, grazie a un click, saltare alla pagina web dove è presente l'articolo. In questo modo si possono aggirare facilmente eventuali errori di formattazione. Una soluzione analoga è quella delle estensioni per altri programmi. Ne esistono per Outlook e per Firefox.

La seconda possibilità per leggere i feed RSS è quella di usare degli aggregatori basati sul web²⁴. I tre più noti, gratuiti, sono Bloglines²⁵, Google Readers²⁶ e NewsGator²⁷. Il vantaggio rispetto agli aggregatori da installare è quello di poter accedere da qualsiasi PC, lo svantaggio è che generalmente hanno un po' meno funzionalità.

2.7 Commenti, ospiti indesiderati e alcuni pericoli

Generalmente i blog ospitano i commenti dei lettori. Non tutti i blog lo fanno, ma alcuni osservatori ritengono che un blog senza commenti non sia un blog perché manca la voce dei lettori. In altri casi, per esempio Beppe Grillo, la voce dei lettori è ben presente e quella dell'autore si sente solo in occasione dei post: Grillo non interviene mai nei commenti. Le ragioni possono essere molte, ma nel suo caso una è particolarmente evidente. Ogni post di Grillo totalizza un numero impressionante di commenti. Centinaia di risposte in poche ore, segnalazioni, tentativi di entrare in contatto con il popolare comico diventano un lavoro imponente da gestire quotidianamente.

E certamente, se si permette ai lettori di lasciare i propri commenti, la gestione degli stessi diventa importante. In particolare se i commenti sono offensivi, diffamanti o illegali, si ha la possibilità di cancellarli (rischiando, se si è popolari, l'accusa di censura). Da notare che anche blog poco noti possono essere oggetto di spam nei commenti, con il risultato che in poco tempo possono accogliere migliaia di commenti con link a contenuti osceni o illegali.

È bene prestare attenzione anche ad altri aspetti: ciò che si dice in un blog, e non solo nei commenti, è pubblico, anche se non si distribuisce l'indirizzo web. Esistono dei modi per rendere un blog privato, accessibile solo tramite password, ma solitamente non è così. Quindi è opportuno tenere presente che quanto viene scritto può essere letto da chiunque: moglie o marito, datore di lavoro, vicini di casa, parenti. E, naturalmente, malintenzionati. È quindi pericoloso tenere un blog? Non più di quanto lo sia pubblicare un annuncio di compravendita su un giornale di secondamano, ma è bene essere prudenti e non ingenui.

²³ Si può trovare una lista su Google:

http://www.google.com/Top/Computers/Software/Internet/Clients/WWW/Feed_Readers/Windows/ (per windows) oppure

http://www.google.com/Top/Computers/Software/Internet/Clients/WWW/Feed_Readers/Mac_OS/ (per mac)

²⁴ Si può trovare una lista su Google:

http://www.google.com/Top/Computers/Software/Internet/Clients/WWW/Feed_Readers/Web_Based/

²⁵ <http://www.bloglines.com/>

²⁶ <http://www.google.com/reader/>

²⁷ <http://www.newsgator.com/>

2.8 Bibliografia approfondita sul blogging

- Carlini Franco, *I blog, un modello per le relazioni pubbliche?*, www.totem.to, febbraio 2007
- Castelli Luca, *Voglio puntare tutto sul giornalismo dal basso*, La Stampa Web, 25 gennaio 2005
- Cometto Maria Teresa, *Siamo tra noi, in 60 milioni*, CorriereEconomia, 1 maggio 2006
- comScore, *Behaviors of the Blogosphere: Understanding the Scale, Composition and Activities of Weblog Audiences*, <http://www.comscore.com/blogreport/comscoreblogreport.pdf>, febbraio 2007
- Dagnino Arianna, *Cittadini-reporter alla carica*, @lfa Il Sole-24 Ore, ottobre 2005
- Dagnino Arianna, *Notiziari via web diventa settimanale di carta*, @lfa Il Sole-24 Ore, ottobre 2005
- De Baggis Mafe, *Le tribù di Internet*, Hops, 2001
- The Economist, *Among the audience, A survey of new media*, The Economist, 22 aprile 2006 (un estratto è disponibile online: http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?story_id=6794156)
- Fabbiani Federica., *Un mare di notizie*, Etas, 2003
- Faré Marco, *Blog e giornalismo: l'era della complementarietà*, <http://www.ejo.ch/>, 2006
- Fry Jason, *The Accidental Blogger*, The Wall Street Journal Online, http://online.wsj.com/public/article/SB113042433820981295-KusltqRg_6HLMteDfpQQvKc9j0A_20061030.html, 31 ottobre 2005
- Fu Lily, *Sullivan: Blogs to replace formal op-ed style*, Complete Coverage, <http://www.journalists.org/2003conference/news/000038.html> (consultato il 5 febbraio 2007)
- Gillmor Dan, *Keynote; We the Media: Technology Empowers a New Grassroots Journalism*
- Giussani Bruno, *Il programma invisibile e il potere emergente dell'Internet*, http://www.giussani.com/articles/art_05-11-20_sonybmg-it.html, 20 novembre 2005
- Goldman Jason, *If you can't say something nice...*, Blogger Buzz, 28 ottobre 2005
- Gonzalez Jacopo, *Nuova ricerca sul mondo dei blog e dei blogger*, <http://direct-marketing.blogspot.com/2006/04/nuova-ricerca-sul-mondo-dei-blog-e-dei.html>, 3 aprile 2006
- Good Robin, *I blog sono fonti di notizie credibili? Differenze tra blogger e giornalisti*, Master New Media, http://www.masternewmedia.org/it/2005/10/24/i_blog_sono_fonti_di.htm, 24 ottobre 2005
- *Jupiter Research: il 26% degli utenti sceglie Internet per informarsi*, Infocity, 4 maggio 2005
- Le Meur Loïc, *Les weblogs et leur utilisation en interne pour les entreprises – SixApart SA – Intervention au Knowledge Management Forum 2004*, <http://www.sixapart.com>
- Lombardi Tommaso, *I blog? Un'esca per stupratori e maniaci*, Punto Informatico, <http://punto-informatico.it/p.aspx?i=1337633>, 28 ottobre 2005
- Lupi Mauro, *L'attacco di Forbes ai blog*, Mauro Lupi's blog, 30 ottobre 2005
- Lupi Mauro, *Le aziende e il mondo dei media*, NetForum 38
- Maltese Curzio, *Grillo: "Macché eroe cerco solo di resistere"*, laRepubblica.it, 6 ottobre 2005
- Mantellini Massimo, *Contrappunti/Attacco ai blog*, Punto Informatico, <http://punto-informatico.it/p.aspx?i=1341053>, 7 novembre 2005
- Marot Laurence, *Blog la mode!*, Le Figaro, 19 ottobre 2005
- Mastrodonardo Raffaele, *Lettori di blog, brusca frenata*, Corriere della Sera, http://www.corriere.it/Primo_Piano/Scienze_e_Tecnologie/2006/02_Febbraio/13/blog.htm, 15 febbraio 2006
- Moggia Michelangelo, *Attacco a Londra: "Vi parlo da london.metblogs, felice di essere vivo"*, Infocity, 10 luglio 2005
- Pedley Paul, *International phenomenon? Amateur journalism? Legal minefield?*, Business Information Review, Vol. 22(2): 95-100

- Roncaglia Gino, *I viottoli dell'informazione*, <http://falsoidillio.splinder.com/1043518643#32422>.
- Segantini Edoardo, *Blog, è sbagliato farne un mito*, CorriereEconomia, 1 maggio 2006
- Sifry David L., *State of the Blogosphere, February 2006 Part 1: On Blogosphere Growth*, <http://www.sifry.com/alerts/archives/000419.html>, 6 febbraio 2006
- Sofri Luca, *Attenzio', popolazio', rivoluzio'...*, <http://www.wittgenstein.it/html/foglio270702.html>
- *The state of blogging*, Pew Internet & American Life Project, 2005
- Tolardo Pierluigi, *Macchianera.net, gli omissis e "il caso Calipari"*, Infocity, 12 maggio 2005
- Tordjman Jèrèmy, *Blogs à part*, ARTE, <http://www.artetv.com/fr/impression/fr/Impression/4982,CmC=905816,CmStyle=265290.html>, ottobre 2007
- Torio James, *Blogs, a global conversation*, thesis, agosto 2005
- *Trust "MeDIA"*, Edelman and Intelliseek, primavera 2005
- Uboldi Francesco e altri, *I blog giornalistici*, in *Problemi dell'informazione*, Il Mulino, 2/2004
- Zilbertin Olivier, *Un Français sur dix a créé son blog sur Internet*, Le Monde, 4 gennaio 2006
- Zweynert Astrid, *Citizen journalism climbing up the UK media ladder*, <http://blogs.reuters.com/2006/04/28/citizen-journalism-climbing-up-the-uk-media-ladder>, 28 aprile 2006



3. Podcast

In questo capitolo capiremo cos'è un podcast e ne introdurremo vantaggi e utilizzi didattici. Lasciemo invece al tutorial "Il Podcasting: utilizzare, produrre e pubblicare podcast" il compito di illustrare nel dettaglio fruizione, creazione e pubblicazione.

3.1 Definizione di podcast

Il concetto di podcast racchiude due termini: *iPod*, lo strumento in grado di leggere file MP3 e *broadcasting*. L'associazione con l'iPod (non strettamente necessario per il podcasting: i podcast possono essere fruiti direttamente sul PC o su altri dispositivi portatili) deriva dal fatto che tale dispositivo portatile, ideato e prodotto da Apple, è estremamente diffuso al punto da essere quasi identificato coi lettori mp3 portatili *tout court*.

Nel dicembre 2005, il dizionario americano New Oxford ha dichiarato Podcasting "parola dell'anno", fornendo la seguente definizione: "registrazione digitale di una trasmissione radiofonica o simili, resa disponibile su Internet con lo scopo di permettere il download su riproduttori audio personali".

Il podcasting è un concetto che si riferisce alla possibilità beneficiare file audio da internet. Il podcasting nasce come possibilità per i produttori di trasmissioni radio di pubblicare i loro programmi in internet; solo nel 2004 il concetto di podcasting diventa comune. Il podcasting non è altro che pubblicare su un blog contenuti audio che gli utenti possono scaricare e ascoltare.

Anche il podcasting comincia a essere utilizzato in ambito formativo. Un scenario possibile è quello del docente che partecipa a una conferenza, registra alcuni interventi interessanti e li pubblica sul proprio blog. Senza dover prendere appunti o sbobinare l'intervento, ha la possibilità di mettere a disposizione quei contenuti ai suoi studenti.

Un *podcast* funziona come un abbonamento ad una pubblicazione periodica, grazie alla tecnologia dei *feed rss*, basata sul linguaggio XML²⁸: l'abbonato riceve regolarmente le nuove pubblicazioni, e può ascoltarle o vederle nella modalità e nei tempi che gli sono più congeniali.

Per ricevere e utilizzare un *podcast* sono necessari:

- un computer **connesso ad Internet**
- un software **apposito** (tra quelli gratuiti ricordiamo ad esempio iTunes, Juice o Doppler, ma sono sufficienti anche le ultime versioni dei più diffusi browser web: Internet Explorer 7, Mozilla Firefox 2 e Safari 3)
- un **abbonamento** presso un fornitore di podcast, la cui sottoscrizione è solitamente gratuita

Il software, con la frequenza decisa dall'utente, si collega ad Internet e controlla quali file sono stati pubblicati dai siti ai quali si è abbonati: se ne trova di nuovi, li scarica e li rende disponibili sia per essere fruiti su computer, sia per essere copiati e fruiti su un dispositivo portatile (ad esempio su un iPod).

I *podcast* potranno poi essere ascoltati in qualsiasi momento, poiché la copia del file, una volta scaricata, rimane sul computer dell'abbonato: i *podcast* non richiedono pertanto un collegamento ad Internet durante la fase di ascolto, ma solo in fase di download.

²⁸ Per maggiori informazioni sulla tecnologia dei *feed rss*, si può consultare la pagina della Wikipedia ad essa dedicata: http://it.wikipedia.org/wiki/Really_simple_syndication

3.2 Utilizzi didattici del podcast

Ma qual è il valore aggiunto nell'ascoltare una file audio rispetto a leggere un testo scritto? Innanzitutto tramite il file audio non si perde la tonalità della voce e altre sottigliezze che in un testo scritto si perderebbero, in secondo luogo la possibilità di scaricare il file audio su un iPod e ascoltarlo mentre si rientra da scuola o dal lavoro. Il podcasting fa infatti parte del *mobile learning* (mlearning) che è il termine attribuito alla promozione di contenuti formativi tramite strumenti portatili (come l'iPod) (www.wikipedia.org).

Un esempio è l'Education Podcast Network (EPN). È uno spazio in internet dove sono raccolti diversi podcast. L'obiettivo di questo sito è offrire agli insegnanti file audio che possono essere utili per le loro attività di insegnamento e dargli la possibilità di esplorare nuove opportunità per erogare i loro corsi. Docenti di tutto il mondo possono accedere alla pagina, scegliere l'area d'interesse e iscriversi al sito. Il podcasting può infatti essere uno strumento utile dal momento in cui molti interventi alle conferenze, molte interviste a esperti di vari settori vengono oggi pubblicati in internet. I docenti possono usare queste risorse per estendere e diversificare le risorse studio che mettono a disposizione dei loro studenti.

L'utilizzo di podcast è interessante soprattutto in quei campi dove la natura della materia di apprendimento ha a che fare con audio e video file: scuole di giornalismo, studi di musica, il cinema, la radio, la televisione, ecc.

WIKIARTPEDIA, la Libera Enciclopedia dell'Arte e le Culture delle reti Telematiche, riporta un interessante intervento di Francesca Burgos, coordinatrice scientifica del progetto E-didateca:

Le valenze didattiche sono legate al tipo di tecnologia: l'uso dell'oralità è diverso dalla scrittura. I podcast sono ad esempio particolarmente adatti allo studio delle lingue: pensate al vantaggio di poter avere una banca dati con risorse in lingua originale. Inoltre nel podcasting non è importante tanto l'ascolto, quanto la creazione del podcast, che implica lo sviluppo di capacità di esprimere in sintesi e con chiarezza quello che si è imparato. Il compito degli insegnanti è motivare i ragazzi allo studio e indicare le fonti a cui attingere. Le esperienze realizzate hanno dimostrato che il podcasting ottiene ottimi risultati anche nelle scuole in cui non c'è grande abitudine allo studio sui testi e all'oralità.

Il podcasting dunque offre un contributo specifico all'insegnamento e all'apprendimento perché integra **strumenti digitali** e **strumenti analogici** in un unico ambito caratterizzato: a) dalla mobilità personale, b) dalla formazione di una vera e propria comunità di apprendimento, c) da un supporto estremamente ampio alla disabilità. A differenza di un sito web e di un blog, il podcast non può essere considerato come un semplice raccoglitore di molteplici contenuti e risorse, perché il suo scopo principale è quello di consentire un facile aggiornamento dei contenuti concepiti come episodi. Gli episodi, posti in successione nel tempo e composti da una struttura narrativa, saranno correlati da un filo conduttore che darà loro una sorta di continuità.

All'interno di un podcast didattico, le risorse per apprendere diventano molteplici, perché in un podcast possono essere inseriti, non solo immagini e testi, ma anche opuscoli impaginati in pdf, link a pagine web per creare trasmissioni radio online, tg, film, documentari, video creativi, clip musicali e tecnici, o ancora videotutorial, cicli di lezioni, dispense a puntate e fumetti.

Secondo una stima recente (aprile 2007), i podcast presenti in Italia hanno raggiunto il numero **814**, quelli però attivi e costantemente aggiornati sono **253**. Nelle innumerevoli categorie presenti nell'elenco dei podcast italiani, la categoria "Istruzione" conta **183 podcast didattici** (marzo 2008).



3.3 Bibliografia approfondita sul podcasting

- *Definizione Podcasting*, da Wikipedia l'enciclopedia libera: <http://it.wikipedia.org/wiki/Podcasting>
- *Dal weblog didattico al podcast didattico*, da WIKIARTPEDIA La Libera Enciclopedia dell'Arte e le Culture delle reti Telematiche
- Pian Alberto, *Podcast a scuola. Un libro a schede per fare Podcasting in classe.* (http://www.leledainesi.com/wp-content/Podcast_a_scuola_PIAN.pdf)
- Roncaglia Gino, *Podcast didattici: Momenti di storia della produzione materiale della cultura. Introduzione.* (<http://dspace.unitus.it/handle/2067/223>)
- Corli Mirko, *Guida Podcasting* (<http://basic.html.it/guide/leggi/130/guida-podcasting>)
- Marco Traferri. *Podcasting che funziona*, ed. Apogeo, 2006
- Alessandro Venturi. *Come si fa un podcast*, ed. Tecniche Nuove, 2006
- Stefania Boiano e Giuliano Gaia. *Il tuo podcast*, ed. FAG, 2006
- Michele Faggi. *Musica e radio online: realizzare un podcast partendo da zero*, ed. RGB, 2006
- *Eduodcast*, podcast dedicato al mondo della scuola, con servizi audio per insegnanti ed anche studenti (<http://www.edupodcast.it>).
- RSSdirectory.it, il Directory italiano di feed RSS (<http://www.rssdirectory.it>)
- Fabiani Tullia, *Quando la scuola diventa hi-tech dal podcast alle web-radio, è boom*, Repubblica.it (http://www.repubblica.it/2005/k/sezioni/scuola_e_universita/servizi/classivirtuali/podcast-scuola/podcast-scuola.html)
- Mondo Fabrizio, *Normative SIAE per il podcasting radiofonico in Italia* (<http://fabrymondo.wordpress.com/2007/08/20/normative-siae-per-il-podcasting-radiofonico-in-italia>)
- *Podcast - Le FAQ*, le Frequently Asked Question del podcast e del podcasting (<http://www.digitalino.com/toilettecast/faq/faq.html>)
- *Edidablog*: Progetto del Ministero della Pubblica Istruzione per tutti gli insegnanti che voglio fare podcast in classe (<http://www.edidablog.it>)
- *Audiocast.it*, Elenco dei PodCast italiani divisi per categoria (<http://www.audiocast.it/podlist>)