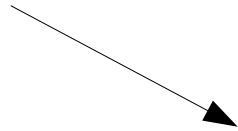


Giornalismo digitale 3

Introduzione e fondamentali

- Il titolo

Perchè un articolo venga pescato facilmente dai motori di ricerca

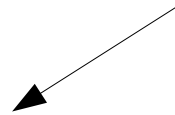


anche il titolo deve essere aggiornato con i dati che si sono aggiunti alla storia



Il titolo deve tenere conto delle modalità con cui i navigatori cercano la storia in questione.

Le ricerche vengono effettuate



- Con non più di due o tre parole
- Si tende a usare nomi propri



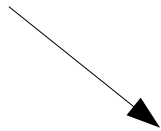
- No abbreviazioni
- No soprannomi
- No titoli onorifici
- No figure retoriche
- No termini specialistici (se c'è alternativa nel linguaggio corrente)

GOOGLE TREND

Le parole più cliccate e cercate in tempo reale



Non devono indirizzare la linea editoriale di una testata online



Vanno considerati come suggerimenti

Possono servire a “dare una svegliata” alla redazione



indicano che che c'è un interesse verso qualcosa di cui in quel momento non ci si stava rendendo conto

GRAZIE AI SOCIAL NETWORK

Conoscenza utente

Interazione con l'utente



Perchè l'informazione deve essere social?



- Per essere raggiunti anche dagli utenti che si informano solo tramite i social



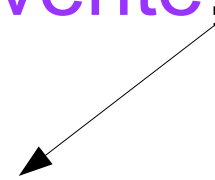
- Per aumentare grazie alle condivisioni del post il numero dei lettori;

- Per entrare in relazione con gli utenti:



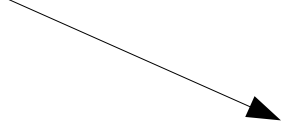
conoscere abitudini e gusti

Un tempo il pubblico a cui si rivolgeva una
testata giornalistica era solo ricevente,



adesso partecipa alla discussione sul tema
dell'articolo.

Una delle più grandi contraddizioni dei social è rappresentata



dalla loro **INSOSTENIBILE LEGGEREZZA**



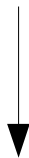
l'utente legge frettolosamente la notizia e fugge

Un altro lato negativo causato non solo dai social ma anche dai motori di ricerca è

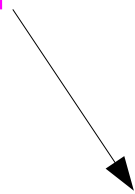
La morte della home-page:

l'utente infatti entra direttamente nella pagina dell'articolo → sarebbe opportuno curare di più le pagine interne del sito

Come si valuta l'impatto di un social network su una testata online?



Con la capacità dei singoli post di generare interazioni



più interazione ha un post, più ha possibilità di essere visto

Per un giornalista è importante seguire determinati account:



personaggi pubblici e istituzioni che possono rappresentare fonti alternative di notizie.



Dal twitter di Renzi “arrivo, arrivo” (a dare le dimissioni) dopo la sconfitta del referendum, alla politica anti ONG di Salvini...tutto rigorosamente via social.

LA GRANDE SFIDA DELLE TESTATE ONLINE:

