

## Creare un blog gratis

domenica 05 ottobre 2008

Anche quest'anno Technorati pubblica il suo report sulla Blogosfera. Il blog, da web log (o da we blog), è un particolare genere di sito web personale, in cui l'autore inserisce testi o contributi che vengono visualizzati cronologicamente, ai quali possono partecipare i visitatori, commentandoli. Una sorta di diario online, ma non solo. Il blog è uno degli elementi di punta del cosiddetto Web 2.0, cioè quel web formato direttamente dagli utenti, caratterizzato, quindi dagli User Generated Content (contenuti generati dagli utenti).

{youtube}NaCvQhI3peY{/youtube}

Secondo le stime di Technorati il numero di blog registrati è di 133 milioni, si immettono in rete circa 900.000 post al giorno, il blogger tipo è maschio, single, con età compresa tra i 18 e i 34 anni, con grado di istruzione elevato. In verità risulta che solo 1,5 milioni di blog sono aggiornati all'ultima settimana (rispetto al report di Technorati!), per cui molti blog sarebbero inattivi. Ciò ci dice che molti utenti sono più lettori che scrittori, e che tanti si sono trasferiti sui social network come Facebook e My Space (entrambi hanno più di 120 milioni di iscritti).

Tornando ai blog, si va dai blog di attualità, di informazione, di servizio, ai semplici diari personali. Il blog è ormai diventato un fenomeno di massa, grazie soprattutto alla semplicità con la quale se ne può aprire uno. La caratteristica di ogni blog è data dal fatto che i contenuti sono generati dagli utenti (user generated content), nel caso specifico dall'autore del blog.

Sul seguitissimo Vita da blogger, ad esempio, potete leggere le esperienze di vari blogger. Il blog, quindi, lo si può considerare come un moltiplicatore di opportunità, che consente di raggiungere tantissimi contatti velocemente.

Un blog, in sostanza, non è altro che una sorta di sito web realizzato con un software specializzato, detto CMS (content management system), un software che si occupa di gestire i contenuti immessi dal blogger, l'autore, e di formattarli e visualizzarli secondo le direttive stabilite nel template, il modello che determina la disposizione grafica dei contenuti. Il tutto avviene senza la necessità di dover conoscere linguaggi di programmazione.

Usando un CMS il contenuto è quindi separato dalla presentazione, facendo sì che la gestione del blog sia decisamente più semplice, molto più semplice che creare una pagina statica programmando in HTML. Lo stile grafico del blog è, quindi, dato dal template, che può essere facilmente sostituito, consentendo così la modifica totale della grafica del blog con un paio di click, e questo senza incidere minimamente sui contenuti. Sarà sempre il software, il CMS, ad occuparsi di risistemare opportunamente i contenuti all'interno della nuova grafica.

Un blog è formato innanzitutto da una testata (header), la quale a sua volta è composta in genere da un elemento grafico, una immagine, ma anche da un titolo, il titolo del blog appunto. Spesso nell'header si trova anche il sottotitolo, detto anche tagline. Il blog è suddiviso in genere in due o tre colonne, dove le colonne centrali contengono gli articoli, e i commenti dei visitatori, mentre nelle colonne laterali, più piccole, vengono inseriti l'archivio dei post, il blogroll, cioè la lista dei siti preferiti che vengono consigliati, ed altro, come statistiche, feed, calendari, tag cloud, funzionalità ulteriori dipendenti dal software usato per gestire il blog. Ormai tutti i blog consentono il linkback, cioè la possibilità di citare e realizzare riferimenti incrociati tra i blog.

La caratteristica vincente di un blog è la possibilità per i visitatori di commentare i post, gli articoli, di scrivere collaborando e discutendo col blogger. Ovvio che un blog per essere considerato riuscito deve avere molti commenti.

Esistono tanti servizi online che consentono di aprire un blog senza conoscere un linguaggio di programmazione. In genere basta seguire una procedura guidata per personalizzare il blog, e alla fine si è davanti alla pagina di scrittura dei contenuti con un'interfaccia simile a quella di un comune wordprocessor.

Uno dei servizi migliori è Wordpress, che consente in maniera davvero semplice di aprire un blog, chiedendo solo un'indirizzo mail. Offre centinaia di opzioni grafiche per personalizzare il blog, un'interfaccia stile Word, molto intuitiva e semplice.

Tra i servizi più usati abbiamo anche l'italiano Splinder acquisito da Dada, che risulta la comunità più diffusa in italiana con circa 340.000 blog attivi e oltre 500.000 utenti registrati. Splinder si appoggia sul già conosciuto Drupal, un software di publishing Open Source, ma in versione modificata. Altre caratteristiche di Splinder sono la chat e il sistema di messaggistica, che consentono gli utenti della community di tenersi in contatto e dialogare tra loro. Qui trovate una utile guida a come creare un blog su Splinder: <http://manuale.splinder.com/>

Altro grande network di blog presente in Italia è Blogger, di proprietà di Google. Blogger è altamente personalizzabile ed è integrato con gli altri servizi Google.

È inoltre possibile creare un proprio blog anche usufruendo di un proprio spazio web, invece di appoggiarsi a servizi già preconfezionati. Ovviamente in questo caso non si ha un servizio di assistenza, però i software generalmente usati per creare blog sono conosciuti e sperimentati, e in rete vi sono moltissimi forum che si occupano di dare assistenza in caso di problemi. Inoltre avreste una personalizzazione massima, a fronte però della necessità di gestire e controllare il software, aggiornarlo ecc... Il software più conosciuto per realizzare un blog è Wordpress. Qui trovate una guida come creare un blog con Wordpress sul vostro sito: [Installazione Wordpress \(168.12 kB\)](#)

Nello scrivere un blog ci si dovrebbe attenere alle comuni regole di comportamento, ma è naturale che anche nel mondo virtuale ci sia chi non rispetta le regole. Partendo dalle minacce di morte indirizzate all'autrice di un blog, negli USA è venuta alla luce l'idea di un codice di regolamentazione per i blog. L'idea è che i visitatori possano immediatamente riconoscere, grazie alla presenza di uno speciale logo, se l'autore aderisce alle norme del codice.

Le regole, precisate da Tim O'Reilly sono le seguenti:

1) Prenditi la responsabilità non solo di ciò che scrivi in prima persona, ma anche dei commenti che consenti di lasciare. E non trascurare il tono dei tuoi messaggi, che è importante tanto quanto il contenuto.

Ogni blogger è responsabile del tono che consente di usare sul suo blog. Se si consentono toni accesi, è facile ottenere risposte dai toni molto accesi. È meglio eliminare subito i commenti troppo forti.

2) Manifesta chiaramente la policy di condotta del sito rispetto ai commenti, in particolare verso quelli fuori tono. Gli utenti sapranno cosa aspettarsi e probabilmente vi si atterranno.

3) Considera la possibilità di eliminare i commenti anonimi. Se il nickname è di relativa importanza, la veridicità dell'indirizzo di posta elettronica costituisce un elemento di responsabilità e possibile controllo, lasciando comunque agli utenti la possibilità di mantenere celata l'identità visibile.

Alcune persone sotto il mantello dell'anonimato tendono a dire cose che normalmente non direbbero, e con modi e toni non usuali. Richiedere un indirizzo e-mail valido a chi vuole commentarti non salverà dai commenti anonimi ma chiarirà a chi legge che il blogger dà valore alla responsabilità.

4) Ignora i trolls (i guastatori che intervengono nelle discussioni al solo scopo di disturbare la conversazione): meglio non mischiarsi con le porcherie. Ignorandoli si ottiene il doppio effetto di non dare loro visibilità e di non innescare pericolosi strascichi agli insulti.

Certe volte bisogna opporsi ai bulli ma altre volte la migliore cosa da fare è ignorarli. In altre parole "mai discutere con uno stupido, la gente potrebbe non capire la differenza";.

5) Porta la conversazione offline, e parla direttamente con gli interessati o trova degli intermediari in grado di farlo, soprattutto nel caso di dissidi. La grande conversazione online è solo un modo di parlare, e non permette di guardarsi negli occhi. Parlarsi direttamente è il suo naturale compendio e può servire ad appianare i dissidi. I blog sono il mezzo, non il fine.

Così facendo si crea più spazio perché nasca una vera conversazione, ma soprattutto si evita che la discussione avvenga in pubblico, cosa che comporta spessissimo la sua degenerazione, a causa della forte emotività che si inserisce in una discussione che si sa letta da molte persone. Nessuno vuole fare una brutta figura, o passare per chi ha torto, davanti ad altri.

6) Se un tuo conoscente si comporta male, non restare in silenzio, ma fallo notare con educazione ma con fermezza. Vale sia sul proprio blog sia su quello di altri.

Lo devi a loro, alle vittime di comportamenti errati e a te stesso: non restare in silenzio. Nel caso non avere timore di contattare la Polizia, ricorda che in caso contrario saresti complice di un possibile reato. Non pensare che quella persona dovrebbe essere un tuo amico, un amico non ti danneggia.

7) Non dire nulla online che non diresti di persona. Non usare il blog come braccio armato per le cose che non diresti a quattro occhi o in pubblico.

Pensa di trovarti di fronte a tua madre, o un'altra persona che rispetti o a qualcuno incontrato per strada. Oppure, semplicemente, pensa di avere di fronte la persona a cui sono indirizzate quelle parole.

Dobbiamo considerare internet, e i blog, come un luogo dove possiamo avere con tutti una conversazione aperta e franca, cosa che non è possibile sui media tradizionali come la televisione. Ma ciò non significa che si debba tollerare la maleducazione e l'inciviltà, non c'è alcuna ragione per cui dobbiamo sopportare online conversazioni che non tolleremmo nel nostro salotto di casa. Quindi regoliamoci di conseguenza, e non facciamo agli altri quello che non vorremmo che gli altri facessero a noi.

Ovviamente come e cosa scrivere sul blog dipende da che tipo di blog abbiamo in mente. La regola aurea dei blog vuole che sia aggiornato due volte alla settimana. Per adeguare il vostro stile di scrittura alle necessità delle rete conviene mantenersi informali, ma senza eccedere nella familiarità con i visitatori. È pacifico che si deve scrivere in italiano corretto (non usate abbreviazioni tipo sms !!) e non si deve appesantire troppo l'articolo con tecnicismi difficilmente comprensibili. Nel caso un link a qualche fonte (come Wikipedia) che spiega bene il termine tecnico risolve il problema.

Per ulteriori consigli ci si può rivolgere a Il mestiere di scrivere che offre gratuitamente guide alla scrittura per il web.

Infine, occorre un minimo di attenzione alle questioni legali. Prima di tutto è preferibile stabilire la licenza sui contenuti pubblicati. Ricordate che non tutto quello che è visibile sul web è liberamente copiabile, si deve verificare la licenza utilizzata dagli autori. Allo stesso modo possiamo stabilire una licenza per quello che inseriamo nel nostro blog. Ovviamente possiamo usare una licenza che ci riservi tutti i diritti (tutti i diritti riservati), oppure usufruire di una delle licenze Creative Commons che, pur riaffermando la paternità intellettuale dei contenuti del blog, autorizza i visitatori alla riproduzione dei contenuti secondo specifiche e personalizzabili modalità.

È altresì utile inserire l'informativa sulla privacy, che può essere di questo tipo:

Informativa Privacy (art.13 D.Lgs. 196/2003): i dati che i partecipanti al Blog conferiscono all'atto della loro iscrizione sono limitati all'indirizzo e-mail e sono obbligatori al fine di ricevere la notifica di pubblicazione di un post.

Per poter postare un commento invece, oltre all'email, è richiesto l'inserimento di nome e cognome, che possono anche non essere pubblicati insieme al commento postato dall'utente, mentre l'indirizzo e-mail viene utilizzato esclusivamente per l'invio delle news del sito. Le opinioni ed i commenti postati dagli utenti e le informazioni e i dati in esso contenuti non saranno destinati ad altro scopo che alla loro pubblicazione sul Blog, in particolare, non ne è prevista l'aggregazione o selezione in specifiche banche dati. Eventuali trattamenti a fini statistici che in futuro possa essere intenzione del sito eseguire saranno condotti esclusivamente su base anonima. Mentre la diffusione dei dati anagrafici dell'utente e di quelli rilevabili dai commenti postati deve intendersi direttamente attribuita alla iniziativa dell'utente medesimo, garantiamo che nessuna altra ipotesi di trasmissione o diffusione degli stessi è, dunque, prevista. In ogni caso, l'utente ha in ogni momento la possibilità di esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. 196/2003.

Per quanto riguarda la responsabilità dei contenuti immessi nel blog, ricordiamo innanzitutto che la responsabilità penale è personale, ma esistono eccezioni in base alle quali si potrebbe divenire responsabili per il fatto altrui. Cioè, l'amministratore del blog potrebbe essere considerato responsabile per i commenti immessi dagli utenti. Questo non perché i blog e i siti siano equiparati a prodotti editoriali, con conseguente applicazione delle norme sui reati a mezzo stampa, ma perché la legge, pur non prevedendo un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni immesse da terzi sul proprio spazio web (l'art. 17 del D.Lgs 70 del 2003 stabilisce che "il prestatore di servizi non è assoggettato ad un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmette o memorizza, né ad un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite", cioè non si ha il dovere di controllare quanto postato da altri), prevede comunque che l'amministratore, nel caso in cui sia venuto a conoscenza della presenza di contenuti illeciti sul blog, se non li rimuove o, in alternativa, non avverte l'autorità giudiziaria, potrebbe essere considerato complice dell'autore del messaggio costituente reato. Secondo alcuni, infatti, si potrebbe ravvisare l'agevolazione del reato se l'amministratore si rende conto del fatto ma non rimuove i contenuti incriminati, o addirittura una vera e propria istigazione a delinquere.

È pacifico che la presenza di un disclaimer non pone l'amministratore al riparo da conseguenze legali, in quanto la legge si applica comunque a prescindere dal disclaimer e dal suo contenuto.

Per quanto riguarda, invece, i contenuti immessi dal medesimo amministratore, o titolare del blog, egli può incorrere in due possibili reati, la diffamazione e la violazione del copyright.

Si ha diffamazione quando si lede la reputazione altrui, precisando che non è necessario, e non è sufficiente, l'uso di parolacce perché si possa rispondere di diffamazione. Nel parlare di altre persone tenete quindi presente che vi è un generale obbligo di esprimere fatti veri, di pubblico interesse e con tono civile. In presenza di questi tre elementi sussiste la scriminante del diritto di critica. Il diritto di cronaca e critica, che garantisce la possibilità di pubblicare notizie e commenti, non deve violare la dignità della persona o il suo diritto alla riservatezza e deve avere come scopo l'interesse pubblico alla divulgazione della notizia, nel rispetto della verità. La diffamazione via internet è ritenuta particolarmente grave per la facilità con la quale le informazioni viaggiano e si diffondono in rete, così potendo causare danni all'immagine di notevole entità in poco tempo.

Per quanto riguarda il secondo reato, tenete presente che il copyright ha una durata di 70 anni dalla morte dell'autore, oltre i quali l'opera diviene pubblicamente utilizzabile. Le opere protette, invece, non possono essere pubblicate senza il consenso espresso dell'autore. In genere gli articoli si devono ritenere protetti a meno che non vi sia una clausola espressa di licenza gratuita, oppure Creative Commons, licenze che consentono l'utilizzazione o la riproduzione del contenuto.

Infine, è possibile la pubblicazione di estratti di lavori coperti dal copyright, purché ciò sia fatto con finalità di critica o di discussione e non a scopi commerciali, dove lo scopo commerciale non si deve considerare necessariamente coincidente con la finalità di guadagno pecuniario.

Si possono in genere riportare articoli di giornali o altri siti, purché se ne citino autore e fonte, e purché non siano

espressamente riservati. Le foto si possono pubblicare solo col permesso dell'autore e di chi è ritratto nella foto medesima (se non è un personaggio pubblico). Sono, invece, liberamente utilizzabili le foto che non riportano il nome del fotografo o del proprietario dei diritti e l'anno di produzione (i diritti sono ventennali).

Infine, non ci sono limitazioni nell'inserire collegamenti ad altri siti, sempre che non riportino contenuti illeciti.

A questo punto non resta che iniziare, ricordando che le regole del web prevedono che un blogger scriva a pochi intimi per i primi sei mesi, poi, se il blog davvero vale, comincia ad avere un aumento del numero dei visitatori. Molto utile è partecipare agli altri blog, postando commenti e facendosi conoscere, linkando altri blog nei vostri articoli, e stilando il blogroll, cioè l'elenco dei siti più stimati.