



UNIVERSITÀ DI PISA

**Corso di Laurea in Informatica Umanistica**

RELAZIONE

**Analisi della progettazione e della costruzione di  
nYOUspaper, social blog di informazione libera**

**Candidato:** *Fausto Maglia*

**Relatore:** *Maria Simi*

**Correlatore:** *Mirko Tavosanis*

Anno Accademico 2011-2012

RELAZIONE.....	1
1 INTRODUZIONE.....	4
1.1 <i>Il giornalismo ai tempi del web 2.0</i> .....	4
1.2 <i>Un nuovo modello</i> .....	5
1.3 <i>Esempi di riferimento</i> .....	5
1.4 <i>Ringraziamenti</i> .....	5
2 GENERALITÀ DEL NUOVO SITO .....	6
2.1 <i>Committenti</i> .....	6
2.2 <i>Obiettivi generali del nuovo sito</i> .....	6
2.2.1 Libertà d'informazione:.....	6
2.2.2 Crescita:.....	6
2.2.3 Remunerazione: .....	7
2.2.4 Contenuti di qualità: .....	8
2.2.5 I migliori articoli in vetrina: .....	9
2.2.6 Redditività: .....	9
2.3 <i>Obiettivi per scenari futuri</i> .....	9
2.3.1 Newsletter: .....	9
2.3.2 Gaming:.....	10
2.3.3 Social network: .....	10
3 UTENTI.....	10
3.1 <i>Categorie di utenti</i> .....	10
3.2 <i>Profilo degli utenti</i> .....	12
3.2.1 Amministratori .....	12
3.2.2 Redattori:.....	12
3.2.3 Utenti-lettori:.....	12
3.2.4 Utenti-autori: .....	13
3.2.5 Guests:.....	13
4 SCENARI D'USO E POSIZIONAMENTO COMPETITIVO.....	13
4.1 <i>Scenari d'uso per i lettori</i> .....	14
4.2 <i>Scenari d'uso per gli autori</i> .....	14
4.3 <i>Posizionamento competitivo</i> .....	14
4.3.1 Fruizione di contenuti: .....	15
4.3.2 Produzione di contenuti: .....	16
5 ARCHITETTURA DEL SITO .....	16
5.1 <i>Homepage</i> .....	18
5.2 <i>Registrazione e Login</i> .....	20

5.3	<i>L'area riservata</i> .....	21
5.4	<i>Gli articoli</i> .....	21
5.5	<i>Gli elementi del footer</i> .....	22
6	COMUNICAZIONE E IDENTITÀ .....	23
7	GESTIONE DEL SITO .....	23
8	ACCESSIBILITÀ, USABILITÀ, REPERIBILITÀ E COMPATIBILITÀ .....	24
8.1	<i>Accessibilità:</i> .....	24
8.2	<i>Usabilità:</i> .....	24
8.3	<i>Reperibilità:</i> .....	25
9	PUBBLICITÀ SU NYOUPAPER.....	25
10	SITOGRAFIA .....	27
11	APPENDICE .....	28

# 1 Introduzione

Per chiarire fin da subito le idee al lettore è utile spiegare che nYOUspaper è il risultato di due lavori indipendenti, paralleli e complementari portati avanti dall'autore del presente testo e da Gianni Beconcini.

In questa relazione saranno trattati gli aspetti del progetto sviluppati dall'autore, ovvero:

- La realizzazione materiale del sito
- La gestione di Wordpress
- La creazione delle funzioni php, javascript e MySQL
- L'installazione e la configurazione dei plugin non sociali

Si rimanda invece alla relazione di Gianni Beconcini "nYOUspaper: Integrazione di un website con i social networks e gestione di micropagamenti online" per quanto riguarda:

- Integrazione del sito con i social networks
- Gestione dei pagamenti
- Installazione e configurazione dei plugin sociali

In entrambi i lavori si possono trovare le informazioni riguardanti le generalità del progetto, necessariamente ideate in comune.

## 1.1 Il giornalismo ai tempi del web 2.0

L'avvento del web 2.0, dell'informazione alla portata di tutti e la difficoltà di controllo dei diritti d'autore ha portato, nell'ultimo decennio, alla rottura dei vecchi modelli di business legati al giornalismo tradizionale. Prima che Google e Facebook fagocitassero il web, i blog individuali avevano già lanciato un'inedita concorrenza alle testate giornalistiche, tanto che nel 2009 (e sappiamo bene quanto sia significativa una distanza di pochi anni nel mondo di internet) Michael Arrington, fondatore di TechCrunch, incitava i vecchi players ad innovarsi affermando che <<Non è il giornalismo ad essere morto. Ma il vecchio modello di business su cui si fonda (Michael Arrington, 'What if: The New York Times', articolo del 30 luglio 2009 su TechCrunch)>>. In un breve lasso di tempo anche la maggior parte dei blog personali ha dovuto accettare la sconfitta,

impotenti di fronte all'incredibile crescita dei Social Networks, i quali hanno offerto una casa più confortevole per quella moltitudine di bloggers in cerca di un posto dove raccontare qualcosa di sé.

Le grandi testate giornalistiche non sono certo a rischio chiusura, ma hanno dovuto lasciare una buona parte del loro spazio ai grandi blog che hanno resistito all'assalto della compagnia guidata da Facebook e Twitter, ed entrambe le categorie devono accettare che buona parte dei contenuti creati con tanta fatica finisca in un batter d'occhio nei canali sociali, soggetti al rischio di copia o di una diffusione che, comunque, può impedire la monetizzazione.

## **1.2 Un nuovo modello**

E' seguendo questa analisi che nasce l'idea di offrire un servizio di informazione libera in cui chiunque può registrarsi e quindi scrivere e diventare giornalista, opinionista o saggista. Per creare un nuovo modello di business legato al giornalismo, nYOUspaper getta le fondamenta sui social networks per integrarli in tutte le sue funzioni principali e offrendo una retribuzione agli scrittori.

- <http://www.nyouspaper.it>

## **1.3 Esempi di riferimento**

Prima di iniziare lo sviluppo del sito è stato svolto un lavoro di ricerca mirato a verificare che non fossero già presenti in rete servizi troppo simili a quello ideato e per prendere spunti e idee. In particolare abbiamo esaminato <http://www.yourblog.it/>, <http://blogsociale.it/>, <http://leganerd.com/>, <http://www.huffingtonpost.com>.

## **1.4 Ringraziamenti**

E' giusto e doveroso ringraziare chi ha contribuito alla realizzazione del progetto: Gianni Beconcini, compagno e collaboratore senza cui non sarebbe stato possibile nemmeno iniziare; Giulia Lombardi, per i preziosi consigli sulla grafica; tutti gli utenti che hanno dato il loro contributo scrivendo i primi articoli per nYOUspaper permettendo di fare test di usabilità e di buon funzionamento.

## **2 Generalità del nuovo sito**

### **2.1 Committenti**

I committenti del progetto sono chiaramente anche i realizzatori. Lo sviluppo è finalizzato sia alla realizzazione del progetto di tesi, sia alla creazione delle basi per una futura start-up. Per questo motivo nYOUspaper non presenta soltanto funzioni necessarie a dimostrare la competenza a fini didattici, ma è anche un servizio che deve funzionare al di fuori dei confini accademici e vuole perciò soddisfare gli utenti.

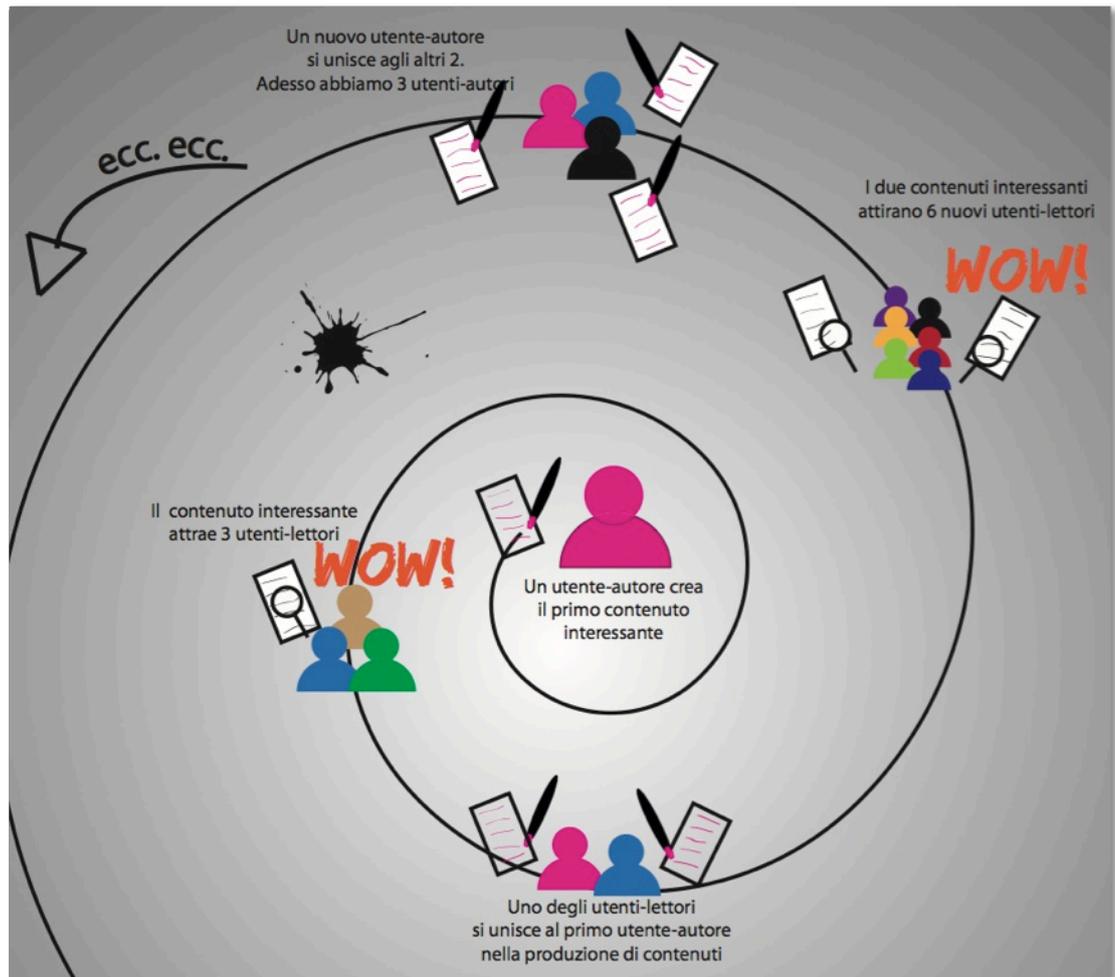
### **2.2 Obiettivi generali del nuovo sito**

#### **2.2.1 Libertà d'informazione:**

l'obiettivo principale del progetto è di realizzare una piattaforma di libera informazione. Per raggiungere tale scopo è fondamentale garantire la massima libertà agli utenti-autori. Sugli articoli viene pertanto esercitata soltanto una funzione di controllo finalizzata a censurare articoli con contenuti vietati dalla legge.

#### **2.2.2 Crescita:**

il secondo obiettivo del progetto prevede che gli utenti-lettori siano stimolati a diventare autori, e che gli utenti-autori siano a loro volta spinti a scrivere, in modo da garantire una quantità di UGC (user generated contents) sempre maggiore. Tale incremento di contenuti dovrebbe portare, nelle previsioni, a un corrispondente aumento di visitatori sul sito che a sua volta, seguendo la filosofia secondo cui un utente-lettore è spinto a diventare autore, incrementerebbe il numero di contenuti, generando una spirale spiegata meglio in fig. 1.



**Figura 1 - Spirale di crescita**

### 2.2.3 Remunerazione:

è ovvio che se un modello come quello proposto sopra potesse offrire buone garanzie di funzionamento senza nessun incentivo, quasi qualsiasi comunità web avrebbe successo. Per questo motivo è stato previsto il terzo obiettivo: la remunerazione dei contenuti interessanti. L'idea iniziale prevede che se un articolo riesce ad ottenere almeno 10 gradimenti, l'utente-autore che ha generato il contenuto di qualità si vedrà retribuito 10 centesimi per ogni gradimento, compresi i 10 necessari al raggiungimento della soglia. Esempio: se un articolo ottiene 14 gradimenti, l'utente-autore sarà retribuito con 1,40 €. E' stata scelta questa cifra perché permette al sistema di retribuzione di funzionare fin

dall'inizio, quando il numero di utenti e visitatori è molto basso. Se il numero di gradimenti dovesse aumentare vertiginosamente, è logico considerare che ci sarebbero molti visitatori; questo garantirebbe un rientro economico grazie alla pubblicità presente sul sito e a quanto scritto al punto successivo.

#### 2.2.4 Contenuti di qualità:

un altro obiettivo da porre fin dall'inizio è la limitazione dei contenuti di scarsa qualità, senza intaccare però il primo principio esposto al punto 2.2.1, quello della libera informazione garantita da un mezzo alla portata di tutti. Per farlo è stato previsto che se il sito dovesse funzionare e gli utenti dovessero aumentare, sarà inserita una tariffa di 1 € da pagare per ogni nuovo articolo inserito. Dal pagamento della tariffa sarebbero esclusi gli utenti-autori virtuosi, quelli che assicurano contenuti di qualità. Per valutare la qualità, stabiliremo dei requisiti che esenterebbero dal pagamento. Esempio: aver pubblicato almeno 25 contenuti, e la media dei gradimenti di tutti i contenuti pubblicati deve essere almeno 15. Il pagamento di una cifra così piccola non limiterebbe in ogni caso la produzione di articoli da parte di nuovi utenti che vogliono produrre qualcosa di realmente interessante. Il processo descritto a questo punto e al precedente è meglio descritto in fig. 2.

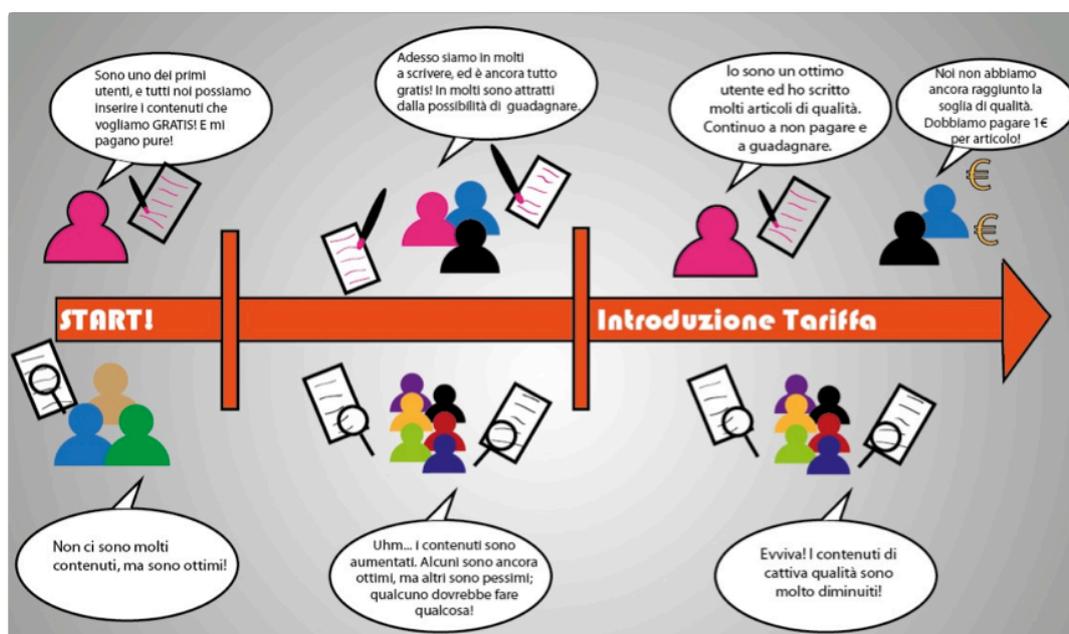


Figura 2 - Remunerazione e costo degli articoli

### **2.2.5 I migliori articoli in vetrina:**

nella realizzazione grafica del progetto è stata data importanza primaria alla *copertina*, elemento che dovrebbe rivestire un ruolo molto simile a quello della prima pagina nei quotidiani. L'algoritmo descritto al punto assicura che in essa siano presenti gli articoli più interessanti, ma, al fine di imporre una rotazione agli articoli, li organizza anche in modo che il risultato sia il giusto mix fra interesse generato e freschezza dell'articolo.

### **2.2.6 Redditività:**

come scritto al punto 2.1, oltre ad essere un progetto accademico, nYOUspaper si configura anche come primitiva start-up e per poter ambire a questo appellativo è necessario che sia previsto almeno un basilare modello di business. Secondo le previsioni, i guadagni rimarranno a zero per tutto il periodo di lancio del sito; inizieranno ad aumentare grazie alla pubblicità, che porterà incassi maggiori a fronte di un maggior numero di visitatori. A questo tipo di incasso, che alimenta la maggior parte delle realtà sul web, si aggiungerà poi la tariffa pagata dagli utenti-autori nuovi o che non hanno comunque ancora raggiunto la soglia di qualità richiesta. Da questi ricavi dobbiamo sempre considerare che deve essere sottratta la retribuzione riconosciuta agli utenti-autori, elemento che sta al centro del progetto. Relativamente alla pubblicità v. approfond. al punto 9.

## **2.3 Obiettivi per scenari futuri**

### **2.3.1 Newsletter:**

una volontà che non si è potuta soddisfare per il poco tempo passato dal momento del lancio effettivo di nYOUspaper è la possibilità di avvalersi dell'abitudine degli utenti del web, largamente sfruttabile grazie all'e-mail marketing. Maestri nell'ambito sono i gruppi d'acquisto e sopra a tutti Groupon, la cui attività tramite e-mail ha ispirato la stesura di questo punto. L'idea sarebbe quindi di effettuare un invio notturno della copertina con i migliori articoli di giornata a tutti gli utenti di nYOUspaper, con la possibilità di personalizzare il

lasso di tempo che separa un invio da un altro. Esempio: un utente potrebbe volere un invio ogni due giorni con i migliori articoli delle passate 48 ore oppure due invii al giorno per essere sempre aggiornato sulle ultime novità.

### 2.3.2 Gaming:

alcune delle ultime realtà vincenti comparse sul web hanno nella componente di gioco il proprio punto di forza, pensiamo per esempio a servizi di geolocalizzazione come FourSquare o Gowalla. L'idea per il futuro è di permettere agli utenti di sbloccare dei *badge* in base al numero di articoli scritti, al numero di gradimenti ricevuti o in base ad altre variabili non ancora previste.

### 2.3.3 Social network:

la spiccata affinità con le reti sociali potrebbe non bastare a nYOUpaper nel caso in cui si rendesse necessaria una maggiore interazione fra autori e lettori. Profili degli autori con tutti gli articoli pubblicati, instaurazione di rapporti fra utenti e la creazione di un pulsante proprietario per i gradimenti sono scenari ipotizzabili.

## 3 Utenti

### 3.1 Categorie di utenti

- **Amministratori:** Fausto Maglia e Gianni Beconcini.
- **Redattori:** Membri dello staff (inizialmente saranno gli stessi amministratori) con il compito di vigilare sui contenuti degli articoli prodotti dagli utenti.
- **Utenti-lettori:** sono utenti registrati al sito che fruiscono dei contenuti senza produrne.
- **Utenti-autori:** un autore è un utente che esercita la doppia azione di fruire e produrre contenuti.
- **Guests:** sono utenti non registrati al sito che fruiscono dei contenuti.

Questo elenco è sintetizzato in fig. 3.

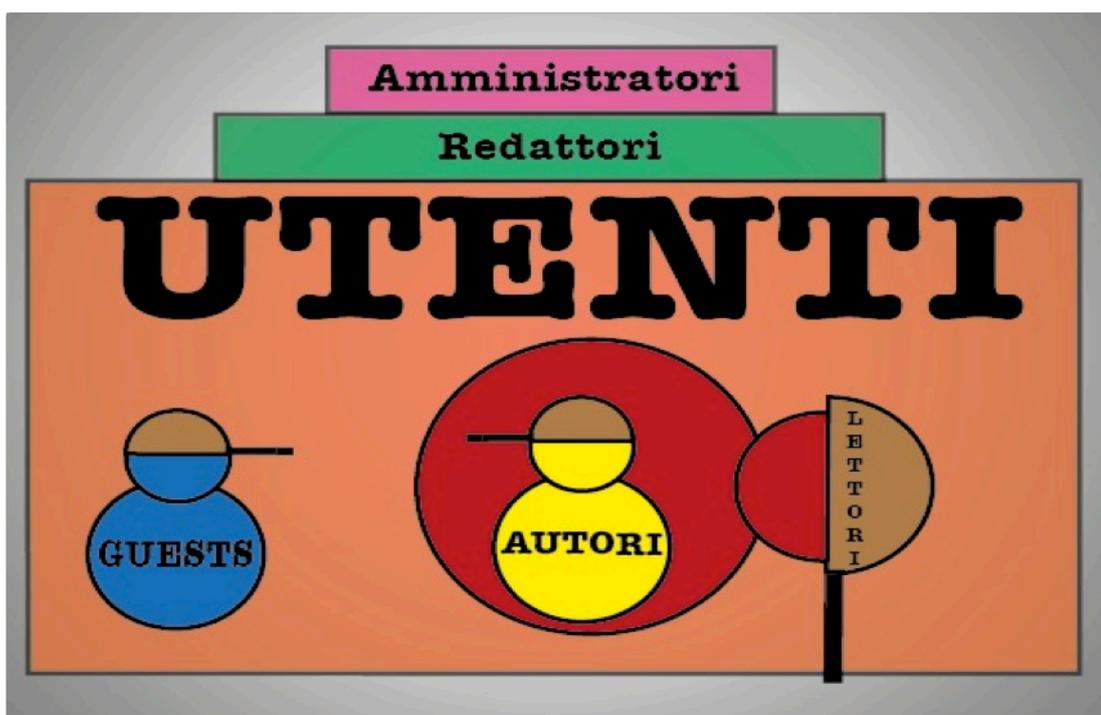


Figura 3 - Categorie di utenti

Obiettivi per ciascuna categoria di utenti

Categoria di utenti	Bisogni principali degli utenti in relazione al sito	Priorità	Obiettivi del committente	Priorità
Amministratori	Raggiungimento degli obiettivi elencati al punto 2.2.	Molto Alta	Raggiungimento degli obiettivi concordati.	Molto Alta
Redattori	Possesso dei mezzi necessari alla supervisione dei contenuti.	Alta	Contenuti del sito in regola con le linee guida.	Media

Guests	Possibilità di leggere articoli.	Media	Conversione in utenti registrati.	Molto Alta
Utenti-lettori	Possibilità di visionare gli articoli e di commentarli.	Alta	Incremento degli utenti-lettori e conversione in utenti-autori.	Molto alta
Utenti-autori	Possibilità di scrivere articoli e di essere remunerati.	Molto Alta	Incremento degli utenti-autori e della qualità dei contenuti	Molto Alta

**Tabella 1 – Categorie di utenti e relativi obiettivi**

## **3.2 Profilo degli utenti**

### **3.2.1 Amministratori.**

- Ruolo: Creazione e gestione del sito.
- Sesso: maschile.
- Fascia d'età: 22 anni.
- Lingua: italiana e inglese.
- Esperienza web: 3 anni di lavoro, oltre allo studio e allo svago.
- Obiettivi: corretto funzionamento del sito, incremento degli utenti e dei contenuti prodotti.

### **3.2.2 Redattori:**

Membri dello staff (inizialmente saranno gli stessi amministratori) con il compito di vigilare sui contenuti degli articoli prodotti dagli utenti.

- Ruolo: supervisione dei contenuti.

### **3.2.3 Utenti-lettori:**

sono utenti registrati al sito che fruiscono dei contenuti senza produrne.

- Ruolo: fruitori dei contenuti del sito-
- Sesso: maschile e femminile.
- Fascia d'età: dai 18 ai 65 anni.
- Lingua: italiana.
- Esperienza web: social network, siti di testate giornalistiche.
- Obiettivi: leggere notizie prodotte da individui che non devono perseguire l'interesse di un editore o una filosofia editoriale, interagire con gli autori e con gli altri lettori.

#### **3.2.4 Utenti-autori:**

un autore è un utente che esercita la doppia azione di fruire e produrre contenuti.

- Ruolo: lo stesso dei lettori, più il ruolo di produttori di contenuti.
- Sesso: maschile e femminile.
- Fascia d'età: dai 18 ai 55 anni.
- Lingua: italiana.
- Esperienza web: social network, siti di testate giornalistiche, forum.
- Obiettivi: gli stessi dei lettori più produzione di articoli in base ad interessi personali e la remunerazione.

#### **3.2.5 Guests:**

sono utenti non registrati al sito che fruiscono dei contenuti ma che non hanno accesso a tutti I servizi degli utenti registrati (es. Commentare gli articoli).

- Ruolo: fruizione dei contenuti del sito (tutti o una parte).
- Sesso: maschile e femminile.
- Fascia d'età: dai 14 ai 65 anni.
- Lingua: italiana.
- Esperienza web: siti di testate giornalistiche.
- Obiettivi: fruire occasionalmente di notizie di informazione non mass-mediatica.

## **4 Scenari d'uso e posizionamento competitivo**

Gli scenari d'uso possibili, vista la doppia funzione degli utenti all'interno del sito, sono principalmente due, divisi in base al ruolo dell'utente: lettore o autore.

## 4.1 Scenari d'uso per i lettori

Il lettore può raggiungere nYOUspaper indirettamente oppure direttamente:

**Raggiungimento indiretto:** questo tipo di approccio al sito dovrebbe portare la gran parte delle visite, grazie alla natura del social blog che assicura una grande varietà di argomenti trattati. L'utente sta cercando informazioni riguardo ad un certo fatto o un certo argomento e, attraverso l'utilizzo di un motore di ricerca, giunge ad un articolo di nYOUspaper che parla del fatto o dell'argomento cercato.

**Raggiungimento diretto:** si tratta dello scenario d'uso tipico dell'utente fidelizzato e garantisce quindi numeri più piccoli rispetto a quanto spiegato sopra. L'utente va a cercare le informazioni direttamente su nYOUspaper. Può cercare qualcosa in particolare o semplicemente informarsi su ciò che è stato scritto recentemente o che ha ricevuto più gradimenti.

## 4.2 Scenari d'uso per gli autori

In questo scenario d'uso un utente vuole produrre un contenuto riguardo ad un certo argomento: il nostro sito soddisfa questa necessità permettendo agli utenti di scrivere articoli che saranno poi letti e commentati da molti altri utenti. L'autore potrebbe aver prodotto il contenuto esclusivamente per soddisfare la personale voglia di raccontare un fatto o di esprimere un pensiero, oppure potrebbe averlo fatto per soddisfare un'esigenza di guadagno economico. Ognuno può esprimere liberamente ciò che intende far sapere.

## 4.3 Posizionamento competitivo

#### 4.3.1 Fruizione di contenuti:

in questo caso i principali *competitors* sono i siti delle maggiori testate giornalistiche, i blog, gli aggregatori di blog e di notizie e, in parte, i social networks.

- Il punto debole delle testate giornalistiche rispetto a nYOUspaper è la scarsa integrazione con i social networks e il numero relativamente esiguo di fonti produttrici di informazioni. Per quanto le testate possano contare su molti giornalisti, non potranno competere con la quantità di autori attivi su nYOUspaper (4 giorni dopo il lancio si registrano già 13 autori e 20 utenti registrati).

Il punto debole di nYOUspaper rispetto alle testate giornalistiche è la mancanza di autorevolezza. E' generalmente accettato che i giornali siano fonti autorevoli d'informazione, mentre è ovviamente impossibile pensarlo per un social blog. Per risolvere questo problema viene inserito il nome e il cognome dell'autore in ogni articolo, così che siano gli autori stessi a guadagnarsi la credibilità.

- Il punto debole dei blog rispetto a nYOUspaper è il numero limitato di autori. Un blog (a meno che non si tratti di un social blog) ha pochi (spesso uno soltanto) produttori di contenuti. A meno che non si tratti di un grande blog, inoltre, la capacità di creazione dei contenuti sarà minore, e questo inciderà anche sulla possibilità di essere raggiunti attraverso i motori di ricerca.

I blog inoltre, per quanto angraficamente giovani, sono elementi quantomeno *in là con l'età* all'interno del web: il modello a cui si ispirano è nato quando ancora non esistevano i social networks, e questo impedisce una integrazione ottimale fra le due realtà.

Il punto debole di nYOUspaper rispetto ai blog è, di nuovo, la mancanza di autorevolezza. Molti grandi blog, oggi, hanno un'immagine forte quanto quella dei giornali.

- Gli aggregatori di blog e di notizie rappresentano i *competitors* più diretti per nYOUspaper: essi si configurano in maniera molto simile al progetto in

analisi perché, appunto, rappresentano il punto di convergenza fra diversi autori e argomenti. Ciò che manca agli aggregatori, ancora una volta, è la forte simbiosi con i social networks propria di nYOUspaper e il modello di retribuzione anch'esso basato sulle reti sociali, che spinge gli autori a diffondere il più possibile il contenuto creato, incrementando così la popolarità del sito contenitore.

- I social networks rappresentano, indirettamente, un altro gruppo di concorrenti. La rapidità e la facilità con cui si possono condividere pensieri sulle reti sociali spinge molte persone a non impegnarsi per creare un articolo strutturato. La possibilità di una retribuzione economica dovrebbe servire a spostare in alcuni casi l'ago della bilancia, senza contare che nYOUspaper non si pone in contrapposizione con le reti sociali, ma le utilizza anzi per la diffusione dei contenuti.

#### 4.3.2 Produzione di contenuti:

anche in questo caso i maggiori *competitors* sono i blog e i social networks, mentre le testate giornalistiche non possono essere prese in considerazione perché nYOUspaper non può configurarsi come un contenitore di firme prestigiose al momento, e probabilmente non lo farà mai.

## 5 Architettura del sito

Il sito è stato realizzato utilizzando Wordpress per quanto riguarda la parte di gestione dei contenuti e phpmyadmin per la gestione del database.

I linguaggi di programmazione impiegati sono:

- Javascript
- php
- MySQL

Il sito è pensato per essere semplice ed intuitivo. L'**homepage** è per definizione la parte più importante, ma ha un rilievo particolare in nYOUspaper: essa è il punto d'incontro

fra le diverse attività degli autori che scrivono e l'oggetto di maggiore interesse per chi legge. L'homepage è quindi anche la pagina più difficile da gestire, a causa delle complesse funzioni che recuperano gli articoli dal database per poi disporli dinamicamente in copertina, ma di questo ci occuperemo al punto 5.1.

Dopo la pagina iniziale vengono gli **articoli**, ciò che rende veramente interessante il progetto. Gli articoli <<vivono>> come realtà solitarie, e nella pagina loro dedicata offrono la possibilità di esprimere gradimenti e di commentare.

A completare lo schema concorrono l'**area riservata** per la creazione di nuovi post, gli **elementi del footer**, ovvero le pagine in cui viene spiegato il progetto e i **form di registrazione e login** al sito (tramite quest'ultimo si accede all'area riservata). Lo schema è riassunto graficamente in fig. 4.

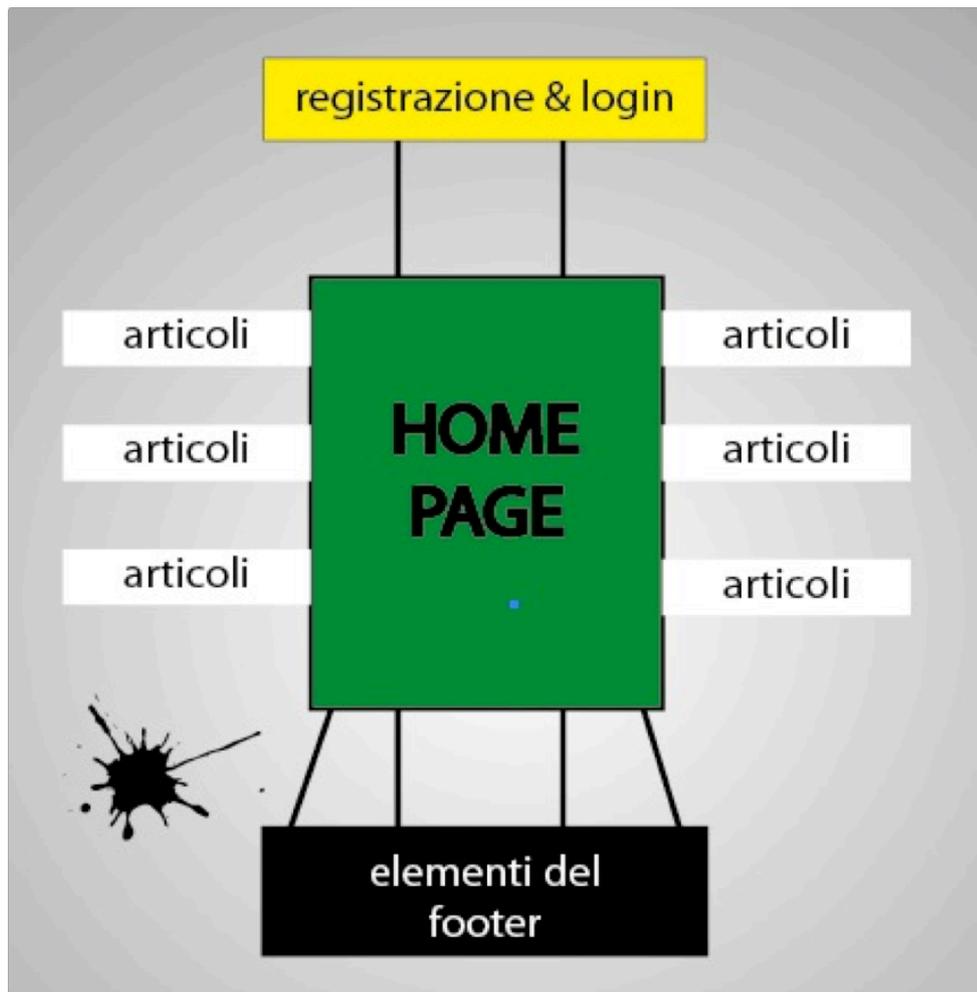


Figura 4 - L'architettura del sito

## 5.1 Homepage

L'homepage è il cuore pulsante di nYOUspaper: vi si trovano il logo, la tagline, la copertina con i 10 migliori articoli, il box con gli ultimi migliori articoli scritti (a partire dall'undicesimo, visto che i primi 10 sono in copertina), il box con gli ultimi articoli scritti a partire dal più recente, gli elementi del footer.

Vale la pena a questo punto fare chiarezza sulla modalità di gestione degli articoli di copertina, quella che è stata la funzione più difficile da implementare. E' utile sottolineare che non saranno elencati tutti i passaggi necessari ad ottenere una pagina pulita e organizzata, ma soltanto quelli più importanti.

La piattaforma di CMS Wordpress è estremamente versatile per la realizzazione di blog, grazie al *loop* che permette di recuperare tutti i post scritti in ordine cronologico. Grazie alla documentazione di Wordpress e ai linguaggi di programmazione php e MySQL è stato possibile apprendere come apportare le modifiche necessarie alla realizzazione di una pagina dinamica.

Anziché affidare il recupero dei post al *loop*<sup>1</sup>, nYOUspaper si connette direttamente al database contenente le informazioni necessarie ed ottiene il numero identificativo (ID), la data e l'ora di creazione nel formato di UNIX e il numero di gradimenti ricevuti dei post che hanno ottenuto **almeno** un voto. Sottraendo alla data e all'ora attuali la data di creazione del contenuto, nYOUspaper ottiene il numero di giorni di <<vita>> arrotondato per difetto dell'articolo.

A questo punto si entra nel vivo della funzione, viene cioè calcolato il coefficiente di ordinamento dell'articolo sottraendo dalla quantità di gradimenti ricevuti il numero di giorni di <<vita>>. Esempio: se un articolo è stato creato da due giorni e 6 ore e ha ricevuto 14 gradimenti il suo coefficiente di ordinamento sarà  $14-2=12$ .

La funzione si occupa quindi di ordinare gli articoli in base al coefficiente.

L'obiettivo di recuperare i 10 migliori articoli potrebbe ritenersi raggiunto, ma al fine di offrire agli utenti un migliore effetto grafico è stato deciso che per meritarsi la copertina,

---

<sup>1</sup> The Loop is used by WordPress to display each of your posts. Using The Loop, WordPress processes each of the posts to be displayed on the current page and formats them according to how they match specified criteria within The Loop tags. [http://codex.wordpress.org/The\\_Loop](http://codex.wordpress.org/The_Loop) (visitato il 30 marzo 2012).

gli articoli debbano avere al loro interno una *immagine in evidenza*<sup>2</sup> da mostrare accanto al titolo e alle prime righe del testo. L'*array* contenente gli ID degli articoli ordinati in base al coefficiente viene così nuovamente ordinato inserendo nelle prime posizioni i post che hanno un'immagine. Esempio: se un contenuto ha totalizzato 20 gradimenti, ma non ha un'immagine, occuperà nell'*array* una posizione successiva ad un contenuto che ne ha totalizzati 15 ma che ha un'immagine in evidenza impostata dall'autore.

Quando nYOUspaper è stato aperto al pubblico erano presenti soltanto due articoli scritti dagli amministratori, e si è quindi pensato (idea giusta, visto che, col senno di poi, si è individuato quali sarebbero stati i primi passi degli utenti) che non tutti gli articoli avrebbero avuto fin da subito un'immagine in evidenza. Per permettere alla copertina di riempirsi comunque rapidamente, sono stati inseriti in coda all'*array* ormai noto gli ultimi articoli scritti in ordine cronologico, effettuando un controllo su gli ID già presenti nell'*array* per non commettere l'errore di inserire due volte lo stesso articolo. L'*array* si presenta quindi nel modo illustrato in fig. 5 tre giorni dopo l'apertura del sito, avvenuta il 29 marzo 2012.

293	239	218	312	306	233	255	283
0	1	2	3	4	5	6	7

**Figura 5 - In ogni cella è contenuto l'ID di un articolo. In giallo gli articoli che hanno almeno un gradimento e un'immagine in evidenza, in viola un articolo che ha dei gradimenti ma nessuna immagine in evidenza, in azzurro un articolo che non ha gradimenti né immagini in evidenza.**

A questo punto gli ID degli articoli sono ordinati esattamente nel modo desiderato, con un mix fra gradimenti, freschezza dell'articolo e qualità di resa grafica.

---

<sup>2</sup> Post Thumbnail is a theme feature introduced with Version 2.9. Thumbnail is an image that is chosen as the representative image for Posts, Pages or Custom Post Types. The display of this images is up to the theme. This is especially useful for "magazine-style" themes where each post has an image.

[http://codex.wordpress.org/Post\\_Thumbnails](http://codex.wordpress.org/Post_Thumbnails) (visitato il 30 marzo 2012).

Sfruttando i comandi di Wordpress è possibile risalire a tutte le componenti dei post (contenuto, titolo, autore, immagini ecc.) a partire dall'ID, ed è così sufficiente stampare a video i contenuti, effettuando dei controlli sul titolo per verificare che sia presente e, nel caso in cui il responso sia negativo, viene inserita la *stringa* 'Senza Titolo'.

Alcune righe devono necessariamente essere dedicate al box laterale destro di colore diverso dagli altri. Esso non segue l'ordine spiegato sopra, ma contiene un articolo selezionato casualmente ad ogni caricamento della pagina. Questo articolo casuale serve ad offrire visibilità a vecchi articoli o a nuovi articoli che non sono ancora riusciti a raggiungere la copertina, incrementando la possibilità di ricevere gradimenti e aumentando quindi l'effetto di rotazione dei contenuti in copertina.

E' sempre seguendo la filosofia della rotazione dei contenuti che sono stati inseriti i due box sotto la copertina. Nel contenitore di sinistra si possono trovare gli ultimi migliori articoli scritti a partire dall'undicesimo contenuto che abbia ottenuto almeno un gradimento (si parte dall'undicesimo perché i primi 10 sono già presenti in copertina). Nel contenitore di destra si trovano invece gli ultimi articoli scritti in ordine cronologico. In entrambi i box vengono inizialmente visualizzati 10 contenuti, con la possibilità di cliccare sul pulsante "Mostra Altri" per visualizzarne altri 10 fino a che gli articoli non terminano. Offrendo questa visibilità (seppur ridotta), l'effetto di rotazione degli articoli risulta incrementato. L'idea per il futuro sarebbe di inserire fra i parametri per l'ordinamento anche un modificatore che pesi l'autorevolezza (giudicata dai gradimenti ricevuti) dell'autore dell'articolo.

## **5.2 Registrazione e Login**

Dalla home page si raggiungono i form di registrazione e di login. Sarà descritta ora la procedura di login, mentre si rimanda al lavoro "nYOUspaper: Integrazione di un website con i social networks e gestione di micropagamenti online" di Gianni Beconcini per i chiarimenti relativi alla registrazione, limitandosi a spiegare qui che, una volta ottenuti i dati necessari dai plugin social utilizzati, si utilizza la funzione Wordpress `wp_create_user()` per la creazione dell'utente, modificando alcuni campi del nuovo record nel database per soddisfare meglio le esigenze del progetto. Una volta registrato, l'utente ottiene immediatamente anche l'accesso al sistema tramite la funzione

Wordpress *wp\_signon()*. Di questa stessa funzione si avvale il form di login; una volta ottenuta l'email (o l'username) e la password, i dati vengono passati come parametri a *wp\_signon()*, che si occupa di concedere l'accesso all'area riservata all'utente che sta effettuando il login.

### 5.3 L'area riservata

Quando un utente si registra a nYOUspaper il sistema salva i dati che saranno confrontati con quelli inseriti ogni volta che si effettua il login. Se i dati sono corretti, il sistema concede l'accesso al pannello di amministrazione di Wordpress con il *ruolo* di *autore*<sup>3</sup>. L'utente può a questo punto accedere alla realizzazione di nuovi contenuti, alla modifica dei contenuti da lui creati e ad altre funzioni tramite la barra di amministrazione di Wordpress. Risulta importante evidenziare che un utente non può in alcun modo avere accesso ai contenuti di altri utenti.

### 5.4 Gli articoli

In linea con la filosofia di Wordpress<sup>4</sup> (e come già accennato precedentemente), gli articoli sono il <<nutrimento>> che permette lo svolgimento delle attività di nYOUspaper.

Nella pagina individuale dell'articolo si trova il titolo, alcune informazioni importanti come l'autore e la data di creazione del contenuto e tutto il testo relativo. Sotto al testo si trovano il pulsante "Tweet" e lo spazio per i commenti realizzato attraverso un social plugin, mentre a sinistra scorre il pulsante più importante del progetto tramite cui si

---

<sup>3</sup> Per un'analisi approfondita dei *ruoli* e dei *permessi* loro concessi, rimandiamo alla documentazione di Wordpress reperibile all'indirizzo [http://codex.wordpress.org/Roles\\_and\\_Capabilities#Author](http://codex.wordpress.org/Roles_and_Capabilities#Author)

<sup>4</sup> Per un'analisi delle differenze fra i *modelli mentali* di Wordpress rispetto ad altri CMS si rimanda a <http://www.joomla.it/articoli-della-community/4488-joomla-and-wordpress-una-questione-di-modelli-mentali.html>

esprimono i gradimenti. Per tutti gli ultimi tre elementi citati (Pulsante "Tweet", commenti, pulsante dei gradimenti) si rimanda ancora una volta al lavoro di Gianni Beconcini, vista la loro natura marcatamente social, limitando la spiegazione al salvataggio dei gradimenti nel database: ogni volta che viene effettuato un click sul bottone "mi piace", nYOUspaper intercetta tale click (grazie alla funzione *fb.Event.Subscribe* importata dal *Javascript SDK* di Facebook<sup>5</sup>) e registra ID dell'articolo votato e ID dell'utente votante in un database diverso da quello contenente le informazioni di Wordpress, al fine di garantire ordine nell'organizzazione dei dati (il secondo valore non sarebbe necessario, ma ne è stato previsto il salvataggio in vista di un futuro sviluppo social di nYOUspaper per mostrare quali articoli piacciono agli utenti).

Un possibile sviluppo futuro prevede che il sito venga organizzato in categorie. Gli utenti assegneranno all'articolo appena scritto una categoria di appartenenza, e i diversi articoli appartenenti ad un certo insieme andranno a formare le nuove sotto-sezioni. Si potranno così avere copertine dedicate alla tecnologia, alla scienza, alla politica, all'economia ecc. Le pagine dei singoli articoli andranno inoltre arricchite con altri articoli della stessa categoria e con i post correlati; la correlazione è un fattore ben implementato in Wordpress, e non sarà difficile collegare in base ai tag che già nel momento in cui si scrive gli utenti stanno assegnando ai propri lavori.

## 5.5 Gli elementi del footer

Gli elementi del footer non offrono particolari servizi agli utenti, ma servono agli amministratori del sito per spiegare che cos'è nYOUspaper e per divulgarne la filosofia.

Plugin di Wordpress

Al momento su nYOUspaper sono installati ed attivi quattro plugin aggiuntivi:

- Custom Admin Bar: per la personalizzazione della barra di amministrazione del sito.
- Facebook comments: per la gestione dei commenti.

---

<sup>5</sup> Il Javascript Software Development Kit di Facebook:  
<http://developers.facebook.com/docs/reference/javascript/>

- Scrolling Social Sharebar (Twitter Like Google +1 LinkedIn and Stumbleupon): per il pulsante dei gradimenti.
- Wordsocial: per pubblicare automaticamente un nuovo articolo sulla Facebook Fan page di nYOUspaper<sup>6</sup>.

## 6 Comunicazione e identità

Pur senza possedere eccellenti competenze negli ambiti della grafica computerizzata e della comunicazione, il progetto è stato realizzato seguendo alcune linee guida; negli intenti degli amministratori c'è la volontà di proporre uno stile moderno ed essenziale, con una homepage che deve risultare piacevole per l'utente giovane ed esperto del web (il target principale di nYOUspaper) e amichevole per chi è meno esperto e magari più abituato allo stile dei giornali cartacei. Entrambi dovranno trovarsi a proprio agio nella scansione visiva delle notizie in prima pagina. Il logo e la *tagline* devono essere facilmente memorizzabili e vogliono ricalcare quelli che sono i punti di forza del sito: libertà d'informazione, fruizione e produzione unite, riconoscimento economico dei contenuti di qualità.

## 7 Gestione del sito

La gestione del sito è affidata quasi completamente ai due ideatori del progetto, anche se, vista la natura dello stesso, una larga parte di gestione dei contenuti è affidata agli utenti. Nello specifico, i ruoli relativi alla gestione sono sintetizzati in tab. 2.

Contenuti	Chi li aggiorna	Chi supervisiona o autorizza la pubblicazione
Articoli	Utenti-autori	Redazione

---

<sup>6</sup> Per informazioni riguardo ai tre social plugin utilizzati e alla Facebook Fan page di nYOUspaper si rimanda nuovamente al lavoro di Gianni Beconcini.

Informazioni personali degli utenti	Utenti	Nessuno
Altri tipi di contenuti	Amministratori	Nessuno

**Tabella 2 – Ruoli degli utenti e degli amministratori nella gestione dei contenuti**

## **8 Accessibilità, usabilità, reperibilità e compatibilità**

Visto il poco tempo intercorso fra l'ideazione del progetto e la sua apertura agli utenti, queste parti hanno dovuto necessariamente subire un ritardo nello sviluppo. Nel momento in cui viene scritto questo documento sono stati effettuati scarsi interventi, ma questo non impedisce una analisi della situazione attuale e dei possibili sviluppi futuri.

### **8.1 Accessibilità:**

Fra i tre elementi presi in esame in questo punto, l'accessibilità è sicuramente quello che avrebbe più bisogno di un intervento. Chi scrive si rende benissimo conto che un sito d'informazione che punta a ottenere grandi numeri non può prescindere dagli utenti disabili. La speranza è che con l'aumento degli utenti, l'asestarsi dei servizi offerti e l'arrivo di nuovi collaboratori sia possibile intervenire in questo senso.

### **8.2 Usabilità:**

E' stata posta attenzione all'usabilità durante la realizzazione del sito, e gli utenti di test che lo stanno frequentando al momento in cui si scrive, sembrano abbastanza soddisfatti. L'ideale sarebbe inviare un questionario ai tester per verificare che il progetto rispetti i principali attributi dell'usabilità: utilità, facilità di apprendimento, efficienza, facilità di ricordo, quantità di errori, soddisfazione.

### 8.3 Reperibilità:

Il vantaggio che offre un social blog come nYOUspaper dal punto di vista della reperibilità e del posizionamento sui motori di ricerca è già riscontrabile. Gli amministratori devono preoccuparsi di potenziare questi aspetti per quanto riguarda la ricerca del brand stesso e delle keyword più strettamente collegate, anche se la concorrenza nel campo dell'informazione e delle news è forte. Chi ha realizzato il sito ha posto l'attenzione sulla necessità di trovare un appellativo che identificasse univocamente il progetto, e la scelta del nome "nYOUspaper" risulta in questo senso particolarmente felice. Dalle *SERP* per la keyword "Nyoupaper" dei principali motori di ricerca emerge chiaramente l'assenza di concorrenza per quanto riguarda il brand name. Quasi tutti i risultati sono infatti strettamente correlati alla home page o agli articoli del progetto in esame.

Per quanto riguarda invece le ricerche relative ad altri settori di competenza non diretta, la struttura del social blog, come già accennato, viene in aiuto. I post degli autori trattano temi molto diversi tra loro, e ogni contenuto si candida a comparire nelle *SERP* relative all'argomento di cui si parla al suo interno. Ipotizzando uno scenario futuro si può prevedere che un ulteriore parametro per il posizionamento degli articoli nella copertina sia influenzato dalla presenza di title, meta tags, keywords e description impostati dall'autore dell'articolo, così da incrementare maggiormente l'effetto *SEO*.

## 9 Pubblicità su nYOUspaper

Nel momento in cui si scrive il progetto è completamente spoglio da inserzioni pubblicitarie, sia perché il basso numero di utenti presenti al momento non permetterebbe alcun tipo di ritorno economico, sia perché al momento nYOUspaper vive prevalentemente come progetto accademico. La natura del sito lo rende però un contenitore perfetto per la pubblicità: la presenza di numerosi articoli con un preciso taglio tematico permetterebbe di inserirvi inserzioni fortemente mirate con un ottimo

rapporto fra *impressioni* e click. Per la gestione delle pubblicità si ipotizza di affidarsi, almeno inizialmente, a servizi collaudati come Google Ad-Sense, lasciando aperto uno spiraglio per una sistema proprietario di gestione delle inserzioni seguendo l'esempio di Facebook.

Per quanto riguarda la pubblicità in home page, invece, l'ispirazione arriva da Youtube, il quale periodicamente concede una parte dello spazio della pagina più importante ad una certa azienda. Youtube come nYOUspaper, infatti, è organizzato con una prima pagina che aggrega i molti contenuti pubblicati dagli utenti e innumerevoli pagine per i singoli contenuti.

## 10 Sitografia

- Facebook Developers: sviluppo applicazioni, bottone ‘Mi piace’, registrazione e login, Javascript Software Development Kit <http://developers.facebook.com/> (visitato il 24 Marzo 2012).
- Mirko Tavosanis. 2009. Regole di scrittura per elaborati di laurea triennale <http://www.humnet.unipi.it/ital/tavosanis/lds/lds2010/regoleelaborati2009.pdf>
- Michael Arrington, ‘What if: The New York Times’, articolo del 30 luglio 2009 su TechCrunch
- Analisi delle differenze fra i modelli mentali di Wordpress rispetto ad altri CMS <http://www.joomla.it/articoli-della-community/4488-joomla-and-wordpress-una-questione-di-modelli-mentali.html>
- Documentazione di Wordpress <http://codex.wordpress.org/>

## 11 Appendice

- **SERP:** si tratta di un acronimo inglese che sta per “search engine results page” e significa “pagine dei risultati dei motori di ricerca”.
- **Impressioni:** si tratta del numero di volte che un certo contenuto (un banner, un post, un’immagine) viene visualizzato.
- **Tagline:** è uno slogan, una testo breve e conciso che ha il compito di riassumere le caratteristiche di un marchio o di un’azienda.