



UNIVERSITÀ DI PISA

Dipartimento di filologia, letteratura e linguistica

CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA UMANISTICA

Tesi di laurea triennale

STRUMENTI E FATTORI DI PROMOZIONE PER UN PODCAST DI SUCCESSO: IL PROGETTO HISTORYCAST

Candidato: *Letizia Granata*

Relatore: *Enrica Salvatori*

Correlatore: *Maria Simi*

ANNO ACCADEMICO 2016/2017

*Ai miei genitori che mi hanno permesso di arrivare
alla fine di questo mio percorso
A chi ha sempre creduto in me
Al mio futuro
Ai miei sogni*

Indice generale

| | |
|--|-----------|
| 1. Introduzione..... | 1 |
| 2. Il podcasting..... | 3 |
| 2.1 Che cos è il podcasting..... | 3 |
| 2.2 Quando, dove e come nasce il podcasting..... | 4 |
| 3. Gli strumenti indispensabili per realizzare un podcast audio..... | 6 |
| 3.1 L'hardware e il software..... | 6 |
| 3.2 Il formato di salvataggio del podcast..... | 8 |
| 4. Hosting e pubblicazione..... | 9 |
| 4.1 Gli aggregatori: l'aggregatore di feed..... | 9 |
| 4.1.1 Cos è un feed: il feed RSS | 10 |
| 4.1.1.1 Scrivere il feed RSS in XML..... | 13 |
| 4.2 Il ruolo di iTunes nel mondo dei podcast..... | 17 |
| 4.2.1 La funzione podcast su iTunes..... | 18 |
| 4.3 Libsyn..... | 20 |
| 5. La promozione su Internet di un podcast: cosa si fa per promuoverlo..... | 23 |
| 5.1 WordPress..... | 27 |
| 5.1.1 XAMPP e i suoi principali componenti..... | 28 |
| 6. Il progetto Historycast..... | 34 |
| 6.1 Quando e come si è sviluppato negli anni Historycast..... | 34 |
| 6.2 Realizzazione e struttura del sito: uso del Child Theme WordPress..... | 35 |
| 6.3 Il successo di Historycast..... | 45 |
| 7. Conclusioni..... | 48 |
| 8. Bibliografia..... | 50 |
| 9. Sitografia..... | 51 |

1. Introduzione

Il presente lavoro di tesi nasce a seguito dell'esperienza di tirocinio offerto dal Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere e svolto presso il Laboratorio di Cultura Digitale dell'Università di Pisa.

Fulcro di questo elaborato è stata la ristrutturazione su server dell'Ateneo di Pisa (Polo4) e realizzazione del sito *Historycast*, mediante l'utilizzo del CMS *WordPress*.

Historycast è una iniziativa che ha più di 10 anni di vita e che in questo decennio ha cambiato più volte la sua presenza web cercando di adattarsi alle novità che di volta in volta comparavano nel mondo digitale e potevano essere raccolte nelle sue finalità. L'ultimo mutamento, che qui si presenta è stato duplice: da un lato è stato spostato "materialmente" il contenuto del sito Historycast da un server privato a uno istituzionale (Unipi) eliminando la pur già scarsa attività economica (donazioni e acquisto ebook), dall'altro optando per la piattaforma WordPress per la gestione sia dei podcast che di altri contenuti multimediali.

Il lavoro mi ha consentito inoltre di comprendere meglio il "podcasting"

L'obiettivo principale è quello di porre l'attenzione su un fenomeno che si sta sviluppando sempre più in rete: il "podcasting", una potente e ormai diffusa forma di comunicazione che utilizza contributi audio (generalmente mp3) e video, con appositi programmi chiamati "aggregatori" o "aggregatori di feed", che hanno lo scopo di informare quando ci sono nuovi podcast e di scaricarli in maniera automatica.

Non è una nuova scoperta, né una nuova tecnologia ma è, semplicemente, l'unione di più tecnologie già esistenti, e la semplicità che oggi caratterizza la rete permette, con un paio di *click*, di creare un podcast, una web radio, un blog o un proprio sito e tutto grazie allo sviluppo di software che traducono i comandi dell'utente in linguaggi di programmazione senza che l'utente ne conosca la scrittura.

Via Internet si possono ottenere episodi audio, video, pdf e link a pagine web, per poterli poi rivedere o ascoltare direttamente sul proprio PC, iPod, tablet e cellulari sui quali si possono facilmente trasferire e poterne fruire ovunque ci troviamo.

Oggi giorno molte emittenti radiofoniche hanno il loro podcast, così come personaggi politici, dello spettacolo o giornalisti. Scuole e Università lo usano per registrare le lezioni e diffonderle sul web.

La diffusione in Internet è uno dei passi più importanti per pubblicizzare il proprio podcast, ma lo è altrettanto la sua promozione, in modo che esso sia trovato, ascoltato, scaricato in modo semplice e veloce; i mezzi più utilizzati per permettere ciò sono i *social*, citandone alcuni Twitter, Facebook, YouTube fra quelli più comuni e conosciuti.

Una vera rivoluzione quindi, un sistema semplice che permette a chiunque dotato di microfono e computer di diventare conduttore di un programma radiofonico fai-da-te. Un fenomeno così innovativo e pervasivo che ha subito trovato l'appoggio anche dei più grandi network radiofonici tradizionali.

Dal punto di vista dell'utente l'utilità del podcats è ovvia: ci si abbona gratuitamente a un servizio informativo, di qualunque genere, restando aggiornati in maniera automatica a un prodotto che interessa e che può essere usufruito quando e come più aggrada.

Dal punto di vista di chi lo produce l'utilità del podcast, invece, è quella di avere a disposizione un potente strumento per comunicare a una comunità che può essere fidelizzata, un qualcosa che può essere la storia della propria vita, una recensione di un libro letto e che ci è particolarmente piaciuto, una curiosità o un approfondimento su un argomento storico, letterario, scientifico.

Ed è sotto questa ottica che nasce il progetto *Historycast*, il primo podcast indipendente italiano di argomento storico attivo dal 2006 e realizzato dalla professoressa Enrica Salvatori, docente di Storia medievale all'Università di Pisa, autrice e voce dello stesso podcast.

Il progetto, dedicato alla narrazione, attraverso file audio, di piccole e grandi storie con una formula decisamente innovativa, tenta di dare ai suoi ascoltatori non tanto risposte, quanto strumenti per poter decidere autonomamente e in piena consapevolezza se la storia che ci viene raccontata è così certa, valida, veritiera, obiettiva e semplice come alcuni vorrebbero farci credere.

All'interno del lavoro, oltre che a fornire una panoramica generale su cos'è un podcast e come si è sviluppato negli anni, e dopo aver chiarito i punti più tecnici per la sua realizzazione, verranno introdotti e spiegati gli strumenti utilizzati che hanno permesso la realizzazione del progetto *Historycast*.

2. Il podcasting

2.1 Che cos è il podcasting

Il modo di ascoltare la radio e guardare la Tv è cambiato. Ormai la musica, i programmi e tutti i contenuti multimediali si possono scaricare in qualsiasi momento, gratuitamente e con l'utilizzo di una sola connessione. Ma non solo. Qualsiasi contenuto multimediale, anche foto, video, appunti o le diverse combinazioni di questi elementi possono essere condivisi su Internet. Tutto questo è il *podcasting*.

Ma che cos è il podcasting? Qual è il significato di questo neologismo inglese? Da cosa deriva? Il termine "podcasting" trae origine dalla fusione di due termini inglesi significativi: "iPod", nome del celebre lettore mp3 portatile prodotto dalla Apple, e "*broadcasting*", termine più tecnico che letteralmente significa radiodiffusione, teletrasmissione. Il motivo per cui i due termini sono stati sintetizzati in uno solo ci porta dunque a comprendere questa nuova parola. Podcasting sta dunque a significare trasmissione per iPod, di solito si tratta di registrazioni audio, video, puntate di programmi televisivi o radiofonici, conferenze, spettacoli e altri eventi registrati da ascoltare dove e quando vuoi; questi vengono registrati digitalmente, resi disponibili su Internet, utilizzando un codice che li rende scaricabili e riproducibili in un secondo momento, anche su un lettore portatile.

L'iPod nasce proprio per svincolare la musica da ogni supporto e per renderla libera, tascabile, ascoltabile ovunque. I podcast, le trasmissioni audio per iPod o qualsiasi altro lettore mp3, nascono per liberare l'informazione e per renderla anch'essa trasportabile. In pratica: se vi siete persi una puntata del vostro programma radio preferito, potete andare sul sito della radio e, se fa uso di podcast, individuare la registrazione della puntata e ascoltarla sul PC, oppure trasferire la trasmissione sul vostro lettore mp3 portatile (che non deve essere per forza un iPod).

Il fatto che nel nome sia citato il riproduttore di Apple è, infatti, solo un caso dovuto al fatto che quando nel 2004 furono inventati i podcast, il lettore di musica digitale compressa più diffuso e conosciuto era appunto l'iPod.

In giro per la rete troviamo altre definizioni del termine podcast o combinazione di parole o sigle, come "*Personal On-Demand broadcast*"¹, che indica una sorta di trasmissione su richiesta. Non esiste una definizione unica che spieghi l'origine del termine, ma è chiaro che

1 MacResource, Creative says PODcast means "Personal On Demand broadcast", forum sponsored by Other World Computing <http://forums.macresource.com/read.php?1,17592,17618>

il contenuto multimediale sia disponibile su richiesta e che generalmente venga ascoltato sui lettori mp3 portatili.

Un altro aspetto molto importante del podcasting è che, a differenza anche delle radio online in streaming, i podcast non richiedono necessariamente un collegamento ad Internet durante la fase di ascolto, ma solo in fase di download, il che permette di fruire i podcast anche offline.

E' importante precisare che il podcast si configura come una proposta di ascolto su argomenti che si inseriscono in filoni tematici specifici, ma può diventare anche un luogo di scambio, di interazione e di partecipazione tra persone particolarmente interessate a determinati argomenti.

2.2 Quando, dove e come nasce il podcasting



Figura 1. Adam Curry

Il podcasting, prima conosciuto come "*audioblog*²", affonda le sue radici nel 1980. Con l'avvento di Internet a banda larga e dispositivi di riproduzione portatili digitali audio, come l'iPod, il podcasting è apparso per la prima volta nel 2004.

Il podcasting nasce dall'integrazione di due funzionalità esistenti. La prima è la possibilità di caricare e scaricare dal web file audio e video; la seconda è la possibilità offerta da alcuni siti di informazione di ricevere gli aggiornamenti delle notizie direttamente sul proprio PC, tramite un sistema chiamato "*Feed RSS*" (concetto che vedremo più tardi).

In tal modo è nato il podcasting, un sistema di comunicazione e di trasmissione che scarica automaticamente i podcast da un sito Internet direttamente sul proprio computer.

Il pioniere di questa novità tecnologica, e che ha rivoluzionato in modo radicale la radio sfruttando questo nuovo servizio di diffusione di informazioni, è l'olandese Adam Curry³, ex

² J.ROPES, *Audio Blog or Podcast?*, Audio Journalism, 17 Febbraio 2011
<https://audiojournalism.wordpress.com/2011/02/17/audio-blog-or-podcast/>

³ A.LONGO, *Curry, l'ex disc jockey di Mtv sogna di rivoluzionare la radio*, Repubblica.it, 12 Dicembre 2014

Dj di MTV e fondatore, insieme al suo socio in affari Ron Bloom, di PodShow, ora Mevio, nel gennaio 2005. PodShow è una società di promozione dei podcast e la pubblicità che racchiude il *Podcast Network PodShow*, il *Podcast Delivery Network*, e il *Music Network Podsafe*. Alcuni dei migliori podcast di PodShow sono *Giornaliero Codice sorgente*, *The Dawn e Drew Mostra*, e *GeekBrief.TV*. Nella seconda metà del 2004, con un gruppo di amici blogger, mise a punto un software inizialmente denominato iPodder, oggi conosciuto col nome di Juice⁴, che consente di ricevere i podcast in automatico sul proprio computer per poi caricarli sul lettore portatile.

Il termine è comparso per la prima volta in un articolo di Ben Hammersley su *The Guardian* intitolato "*Audible revolution*" il 12 Febbraio 2004⁵, mentre si deve al blogger Doc Searls l'introduzione dell'acronimo inteso come *Personal Option Digital Casting*, presente nell'articolo "*DIY Radio with PODcasting*" del 28 settembre 2004⁶; ma è ormai comune considerare l'origine della parola come l'unione dei termini "iPod" (l'apparecchio per ascoltare gli mp3) e "broadcasting" (trasmissione radiofonica).

Nel 2005 si assiste alla diffusione dei podcast e il termine viene dichiarato "parola dell'anno" dallo storico dizionario americano *New Oxford American Dictionary*⁷, e di fatto ha premiato anche il fenomeno forse più innovativo del mondo tecnologico, e questa vittoria sancisce l'importanza di un nuovo modo di produrre e distribuire contenuti in rete.

In giro per la rete troviamo altre definizioni del termine podcast o combinazione di parole o sigle, come "*Personal On-Demand broadcast*"⁸, che indica una sorta di trasmissione su richiesta. Non esiste una definizione unica che spieghi l'origine del termine, ma è chiaro che il contenuto multimediale sia disponibile su richiesta e che generalmente venga ascoltato sui lettori MP3 portatili.

4 Juice: programma libero il cui principio di funzionamento non si allontana molto da quello dei comuni aggregatori; anch'esso necessita di un feed da sottoscrivere, permette agli utenti di catturare e ascoltare i podcast, sempre e ovunque

5 B.HAMMERSLEY, *Audible revolution*, The Guardian, 12 Febbraio 2004

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

6 D.SEARLS, *DIY radio with PODcasting*, Medium.com, 28 Settembre 2004

<https://medium.com/@dsearls/diy-radio-with-podcasting-8efac413612d#.1pq5extll>

7 G.NIOLA, "*Podcast*", *parola dell'anno 2005. Trionfa il fenomeno tecnologico*, Repubblica.it, 7 Dicembre 2005

http://www.repubblica.it/2005/g/sezioni/scienza_e_tecnologia/podcasting/wordpodcast/wordpodcast.html

8 MacResource, *Creative says PODcast means "Personal On Demand broadcast"*, forum sponsored by Other World Computing

<http://forums.macresource.com/read.php?1,17592,17618>

3. Gli strumenti indispensabili per realizzare un podcast audio

Attualmente quando si parla di podcast, ci riferiamo solitamente a quelli audio, essendo più semplici da realizzare, diffondere e ascoltare rispetto a quelli video; infatti, a parità di durata, i file audio sono di dimensione più modeste e quindi più veloci da scaricare e alla portata anche di chi ha una connessione non particolarmente veloce. Inoltre, la registrazione della voce, richiede risorse più limitate rispetto alla ripresa video, sia per motivi tecnici sia economici e pratici. Non è necessario disporre di attrezzature sofisticate e costose; bastano un computer e un microfono, perché realizzare un podcast significa semplicemente registrare un file audio, solitamente in formato mp3, e i sistemi operativi mettono a disposizione tutti gli strumenti necessari per compiere questa operazione. Un'impresa quindi semplice e intuitiva, basta avere le idee chiare su cosa dire, cosa si vuole trasmettere.

3.1 L'hardware e il software

Chiariamo subito i concetti di hardware e software: con *hardware* (dall'inglese *hard*, "duro, pesante" e *ware* "manufatto, oggetto") si indica la componente fisica di un computer, formata cioè da tutte quelle parti elettroniche, elettriche, meccaniche, magnetiche, ottiche che ne consentono il funzionamento. L'hardware si contrappone al *software* (dall'inglese *soft*, cioè "morbido, leggero"), la componente logica del computer, ovvero quella parte che definisce programmi, procedure e istruzioni utilizzati per far eseguire al computer un determinato compito.

Per realizzare podcast, dal punto di vista dell'hardware, non ci sono specifiche particolari; è però indispensabile avere a portata di mano una connessione veloce a Internet, un microfono (integrato o esterno), delle cuffie (non obbligatorie), una buona scheda audio, un software di registrazione audio.

Per quanto riguarda le cuffie, il loro uso è consigliato soprattutto per le interviste, perché c'è la possibilità di sentire un eco che per l'ascoltatore può essere molto fastidioso.

● Il microfono

Altro discorso è per il microfono. Quasi tutti i computer, soprattutto i portatili, hanno un microfono integrato; questo è sufficiente per registrare le tue puntate ma la qualità, nel 90% dei casi è molto scarsa. O meglio: se devi guardare un tutorial su Youtube della durata di 2 minuti la qualità dell'audio è l'ultimo dei problemi. Se invece la tua trasmissione è sostanzialmente un file audio che verrà poi ascoltato utilizzando le cuffie allora il discorso è totalmente diverso. La qualità del suono può fare una differenza enorme. Se dopo 5 minuti il suono è fastidioso è probabile che, nonostante la qualità dei contenuti, un ascoltatore si stanchi e lasci perdere; in questo caso è fondamentale un microfono esterno, facendo però attenzione a quale scegliere.

● La scheda audio

Disporre di un buon microfono e di un eventuale mixer di qualità servirebbe davvero a poco se non dotassi il PC di una buona scheda audio. Le schede audio di cui normalmente dispongono i computer sono di buona qualità e consentono di realizzare podcast di livello dignitoso. Spesso però, tali schede hanno la tendenza a catturare i rumori di fondo, producendo quindi fruscii e ronzii fastidiosi che possono compromettere la qualità della registrazione. Il problema è spesso risolvibile con l'utilizzo di una scheda audio esterna collegata al computer per mezzo della porta USB.

Sul mercato ne troviamo di qualsiasi tipo e dimensione, con determinate caratteristiche e funzionalità, tutto dipende dal budget di spesa del podcaster.

● Il software di registrazione audio: utilizzo di Audacity

Dopo aver speso il proprio tempo alla ricerca degli strumenti migliori con cui incidere ed eventualmente mixare il suono, tra noi e il nostro podcast rimane soltanto lo "scoglio" del software da scegliere per gestire il processo di produzione e postproduzione del file audio. Proporre un podcast difficile da ascoltare non è certo una buona mossa per guadagnare ascoltatori; spesso chi ascolta si trova in un ambiente rumoroso (per esempio, in autobus o in metro con un MP3 Player portatile) o dispone di impianti a bassa fedeltà di riproduzione (per esempio, le casse del notebook). In tutti questi casi un audio basso, con un elevato rumore di fondo o con continue e inaspettate variazioni di volume può essere veramente difficile da seguire, e può portare l'ascoltatore a cessare l'ascolto. E' importante quindi usare strumenti che offrono filtri per migliorare la qualità del suono, come ad esempio Audacity, un software a costo zero e valido per tutte le piattaforme.

Audacity è un software *open source* (=sorgente aperta) di registrazione ed editing di file audio, disponibile per Windows, Mac e Linux, e distribuito sotto la licenza GNU General

Public License (GPL)¹, un tipo di licenza che dà la possibilità di modificare, copiare, distribuire Audacity a patto che il codice rimanga disponibile sotto i termini della GPL stessa. Consente di registrare, modificare, importare ed esportare file audio in qualunque formato. Con Audacity è possibile modificare gli effetti sonori e i brani musicali personali, eseguire, tagliare, mixare tracce o applicare effetti particolari alle registrazioni.

E' possibile scaricare il software Audacity al seguente indirizzo

<http://www.audacityteam.org/>, scegliendo prima di tutto il sistema operativo su cui installarlo, e seguendo i successivi passi per l'installazione. Grazie alle molteplici funzioni e ai plug-in di cui dispone, Audacity soddisfa buona parte delle esigenze dei podcaster. Il suo utilizzo è piuttosto semplice e intuitivo, grazie anche alla sua interfaccia grafica molto sobria e di facile comprensione. E' necessario scaricare anche la libreria Mp3 Encoder LAME², che consente di esportare i file in formato MP3.

3.2 Il formato di salvataggio del podcast

Partiamo dal presupposto che fra le caratteristiche identificative di un buon podcast ci siano: una frequenza costante, deve essere scaricabile, si deve poter ascoltare da qualsiasi dispositivo dove e quando si vuole e, cosa a cui dobbiamo fare molta attenzione, deve avere come formato di salvataggio .mp3 .mp4.

Il formato del proprio podcast audio è quindi di estrema importanza, essendo l'ultimo passo da compiere prima della pubblicazione. E' consigliato scegliere, al momento del salvataggio della registrazione, un formato che non consuma molto spazio e che mantenga una buona qualità, come il formato mp3, utilizzato da tutti i lettori siano quelli del computer, dvd, iPod e tutti gli altri lettori mp3.

Per rimuovere rumori di sottofondo o lunghe pause di silenzio, basta aprilo con un editor audio, inserendo della musica di introduzione o di uscita se si desidera.

È bene comunque salvare sempre i file prodotti anche nel formato nativo dell'applicazione scelta in modo da poterli eventualmente modificare in seguito o per poter copiare e incollare altrove porzioni o intere tracce.

1 Il testo ufficiale della licenza è disponibile all'URL <http://www.gnu.org/licenses/gpl.html>

2 LAME: il suo nome è l'acronimo ricorsivo di *LAME Ain't an Mp3 Encoder* (letteralmente *LAME non è un encoder mp3*), riferito alla sua meno recente storia quando non era ancora un encoder ma solo una serie di patch sul codice di dimostrazione delle norme ISO, distribuite separatamente.

4. Hosting e pubblicazione

Prima di introdurre i concetti di “*aggregatore*” e “*aggregatore di feed*”, dobbiamo necessariamente chiarire il concetto di “*hosting*” per quanto riguarda la pubblicazione dei podcast sul Web, al fine di renderli disponibili agli utenti. Il termine deriva dall'inglese *to host*, tradotto *ospitare*, e in ambito informatico si definisce hosting un servizio di rete che permette di ospitare tutti i file che compongono un sito su un *server web*. Lo scopo finale è quello di rendere il sito, appartenente a individui o organizzazioni, accessibile e visibile su internet per tutti gli utenti che vogliono raggiungerlo tramite il suo indirizzo web.

Un servizio di rete hosting è quindi uno spazio web su un server; questo server non è altro che un computer permanentemente collegato 24 ore su 24 alla rete web, dotato di particolari caratteristiche software e hardware, in modo da permettere a tutti gli utenti di accedere ad un sito web tramite browser in qualsiasi momento della giornata.

In pratica, facendo un esempio: quando facciamo una ricerca su Google non si fa altro che entrare in un sito web che richiama un server, il quale invia le informazioni di risposta che possono essere visualizzate tramite un browser direttamente sul proprio dispositivo.

Le principali tipologie di servizi di hosting si possono suddividere in tre classi di base: gli hosting gratuiti, quelli a pagamento e quelli infrastrutturali, che sono una sottocategoria dei secondi. Infine, è opportuno precisare che, pur essendo possibile ospitare il proprio sito web su un server o spazio FTP¹ all'interno della propria infrastruttura, è di buona norma rivolgersi ai servizi forniti da imprese specializzate: provider, data center, società di telecomunicazioni, etc.

4.1 Gli aggregatori: l'aggregatore di feed

Un *aggregatore*, spesso chiamato anche *aggregatore di news*, *aggregatore di feed* o *lettore di feed*, è un programma che ricerca e legge informazioni o contenuti da più fonti sul web, di norma *feed* o documenti basati sul formato *XML*², per poi aggregarli e prepararli alla

1 Per maggiori dettagli consultare l'indirizzo <http://www.html.it/articoli/introduzione-al-protocollo-ftp-1/> o Wikipedia, voce *File Transfer Protocol*
https://it.wikipedia.org/wiki/File_Transfer_Protocol

2 XML (acronimo di *eXtensible Markup Language*): in informatica è un *meta-linguaggio* (cioè un linguaggio idoneo a costruire altri linguaggi) utilizzato per la definizione dei dati ma non dei

visualizzazione da parte dell'utente per una migliore fruizione. E' possibile identificare diversi tipi di aggregatori a seconda della piattaforma sulla quale sono installati e vengono eseguiti.

Una delle principali tipologie di aggregatore è il cosiddetto *aggregatore di feed* (detto anche *lettore di feed*): è un software o un'applicazione web che raccoglie contenuti web come titoli di notiziari, blog, video blog, podcast in un unico spazio per una consultazione facilitata. Gli aggregatori riducono il tempo e gli sforzi necessari per seguire regolarmente gli aggiornamenti di un sito web e permettono di creare uno spazio di informazione individuale. Una volta iscritto ad un feed, un aggregatore è in grado di controllare nuovi contenuti ad intervalli definiti dall'utente e recuperare l'aggiornamento.

4.1.1 Cos è un feed: il feed RSS

Il *web feed*, o *feed*, in italiano *flusso*, è un'unità di informazioni, formattata secondo specifiche (di genesi XML) precedentemente stabilite, al fine di rendere interpretabile e interscambiabile il contenuto fra diverse applicazioni o piattaforme.

Un feed è quindi un riepilogo di contenuti Web aggiornato regolarmente, un modo per tenere aggiornati gli utenti sulle ultime modifiche relative al sito in cui naviga, rendendo i contenuti più accessibili e mettendo in risalto le novità.

Il più comune feed è attualmente Atom³, il primo è stato RSS.



Figura 2. Icona del feed RSS

L'RSS (acronimo attuale⁴, utilizzando la versione 2.0, di *Really Simple Syndication* =

contenuti. Si basa su un meccanismo sintattico che consente di definire o *marcare* il significato degli elementi presenti in un testo o documento, tramite delle regole di marcatura ben precise basate su dei *tag*. Il suo formato file è *nomefile.xml*

XML è uno standard definito dal W3C; per maggiori dettagli consultare il seguente sito <https://www.w3.org/XML/>

3 Con il termine *Atom* ci si riferisce a due standard distinti: *Atom Syndication Format*, un formato di documento basato su XML per la sottoscrizione di contenuti web, come blog o testate giornalistiche; *Atom Publishing Protocol* (*AtomPub* o *APP*), un semplice protocollo basato su HTTP usato per la lettura, creazione e aggiornamento di risorse web.

Per maggiori dettagli vedere Wikipedia, voce *Atom* <https://it.wikipedia.org/wiki/Atom>

4 L'acronimo RSS ha significati diversi a seconda della versione di RSS a cui ci si riferisce: RSS sta per "*Rich Site Summary*" se la versione di riferimento è la 0.9, "*RDF Site Summary*" se la

diffusione molto semplice) è un modo semplice per essere informati sui nuovi contenuti di un sito web senza dover ritornare periodicamente a visitarlo. In molte pagine web infatti, vi è riportata un'icona (vedi Figura 2.) generalmente a sfondo arancione: essa sta a significare che quella pagina dà la possibilità di scaricare degli aggiornamenti.

RSS è dunque, uno dei più popolari formati per la distribuzione di contenuti Web basato su XML, da cui ha ereditato la semplicità, l'estensibilità e la flessibilità.

```
<?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>  
<rss version="2.0" xmlns:dc="http://pu
```

Figura 3. Frammento di pagina XML in cui è esplicitata la versione RSS

Esistono molti sistemi (gli aggregatori) per poter usufruire di questa tecnologia, perché l'RSS si presta sia ad essere integrato in altri siti web, sia ad essere consultato attraverso diversi programmi. E' possibile ad esempio integrare un RSS nella propria home page personalizzata di Google o Yahoo, oppure consultarlo direttamente attraverso il browser (Chrome, Firefox, Opera, ecc...), o attraverso programmi appositi detti "*Feedreader*".

Per sfruttare le possibilità che offre un feed, c'è bisogno di due cose: indirizzo del feed RSS e un aggregatore; l'indirizzo del feed lo troviamo nel sito di cui ci interessa ricevere aggiornamenti, contrassegnato dall'icona (vedi Figura 2.) che indica la presenza dei feed RSS. L'indirizzo verrà poi copiato, cliccando con il tasto destro del mouse il collegamento della pagina RSS in questione, e incollato nel proprio aggregatore.

La scelta dell'aggregatore da utilizzare è forse la parte più difficile perché è molto soggettiva. Gli aggregatori di feed si dividono in due principali categorie: *aggregatori web* e *aggregatori software*. La differenza tra le due possibilità è la stessa che c'è tra l'utilizzo dell'email via web e quella dell'uso di un programma di posta elettronica installato su un pc. Gli aggregatori web infatti, permettono di leggere in una singola pagina web tutti gli "articoli" dei vari feed a cui siamo "abbonati", non richiedono l'installazione di alcun software sul pc, ma per utilizzarli c'è bisogno di una connessione ad internet e dell'utilizzo di un browser.

Gli aggregatori software invece, richiedono l'installazione di un programma sul proprio dispositivo, ma una volta scaricati gli aggiornamenti dei feed è possibile leggere le notizie anche senza una connessione ad internet attiva.

versione è la 1.0, "*Really Simple Syndication*" se la versione di riferimento è la 2.0, l'ultima e più aggiornata al momento disponibile.

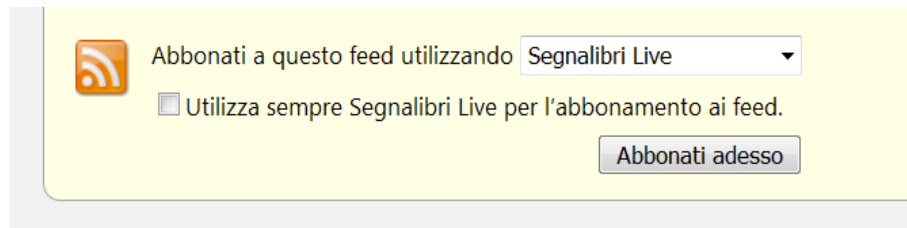


Figura 4. Menu a tendina per scegliere come abbonarsi al feed selezionato

Di seguito sono riportati, tra le moltissime alternative esistenti, alcuni esempi di entrambe le categorie di aggregatori più diffusi :

● **Aggregatori Web**

- My Yahoo!
- Bloglines
- Netvibes
- Pageflakers

● **Aggregatori Software**

Alcuni programmi che sono già installati sul proprio computer (browser e programmi di posta elettronica) potrebbero offrire già un supporto per i feed RSS, anche se programmi più specifici garantiscono a volte una migliore esperienza di fruizione

- Microsoft Outlook
- Mozilla Firefox
- Mozilla Thunderbird
- Opera
- Programmi specifici: Feedreader, Rssreader, Sharpreader

4.1.1.1 Scrivere il feed RSS in XML

Quando andiamo a vedere il feed RSS della nostra pagina, quello che vediamo sono informazioni rappresentate non in codice HTML⁵ (intelligibile e ricostruibile visivamente dal browser web secondo il rassicurante aspetto a cui siamo abituati), bensì in formato XML e secondo una sintassi definita da RSS 2.0.

Se leggiamo le prime righe in una pagina in XML del feed di un podcast, che contengono il cosiddetto “elemento radice” (<rss>)

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<rss version="2.0" xmlns:.....
```

possiamo dire che questa è una pagina che contiene informazioni e dati in formato XML, rappresentati secondo la sintassi definita dalla versione RSS 2.0.

Il formato RSS 2.0 infatti, consente di ricevere sull'aggregatore non solo semplici testi e immagini, ma persino filmati e suoni (resi fruibili usando aggregatori speciali quali iTunes di Apple), dando così vita a nuovi modi di distribuire contenuti per il web come il podcasting e non solo: *vodcasting*, *picturecasting*, *Vlogging*, *mp3 blogs*, etc.

⁵ HTML (acronimo di *HyperText Markup Language*): in informatica è il linguaggio di markup solitamente usato per la formattazione e impaginazione di documenti ipertestuali disponibili nel World Wide Web sotto forma di pagine web. È un linguaggio di pubblico dominio, la cui sintassi è stabilita dal *World Wide Web Consortium* (W3C), e che deriva da un altro linguaggio avente scopi più generici, il meta - linguaggio *SGML* (*Standard Generalized Markup Language*).


```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<rss xmlns:itunes="http://www.itunes.com/dtds/podcast-1.0.dtd" version="2.0">
<channel> ←
<title>Historycast</title>
<link>http://www.historycast.net</link>
<language>it-IT</language>
<pubDate>Thu, 02 Mar 2006 12:23 +0100</pubDate>
<copyright>(C) copyright Enrica Salvatori-Marco Della Croce 2006 - Licenza Creative Commons</copyright>
<lastBuildDate>Wed, 02 Jul 2014 10:00 +0100</lastBuildDate>
<itunes:image href="http://www.historycast.org/images/jpg/logo/logoufficiale.jpg" />
<itunes:subtitle>Il primo podcast italiano di storia</itunes:subtitle>
<itunes:author>Enrica Salvatori-Marco Della Croce</itunes:author>
<itunes:summary>Il primo podcast italiano di storia</itunes:summary>
<itunes:owner>
<itunes:name>Enrica Salvatori e Marco Della Croce</itunes:name>
<itunes:email>info@historycast.net</itunes:email>
</itunes:owner>
<itunes:category text="Society & Culture"></itunes:category>
<itunes:category text="History"></itunes:category>
  <item> ←
    <title>38-La rievocazione storica</title>
    <itunes:author>Enrica Salvatori</itunes:author>
    <itunes:subtitle>Il recupero del passato che guarda al presente</itunes:subtitle>
    <itunes:summary>Dialogo tra Enrica Salvatori e Rosita Bellometti sulle rievocazioni storiche in Italia
    <enclosure url="http://traffic.libsyn.com/emmedici/38_rievocazione.mp3" length="35679635" type="audio/m
    <guid>http://traffic.libsyn.com/emmedici/38_rievocazione.mp3</guid>
    <pubDate>Mon, 31 Aug 2015 22:00 +0100</pubDate>
    <itunes:duration>47:35</itunes:duration>
    <itunes:keywords>medioevo, reenactment, rievocazione, storia</itunes:keywords>
  </item>
</rss>

```

Figura 5. Compilazione manuale del feed in XML
(l'immagine fa riferimento agli RSS dei podcast di Historycast)

Facendo riferimento all'immagine sopra (Figura 5.), notiamo la presenza del marcatore `<channel>` (indicato con la freccia rossa in Figura 5.), che deve obbligatoriamente essere presente nel documento XML, perché contiene i metadati che descrivono il canale stesso (titolo, data, descrizione, link, language, copyright etc.).

Scritti tutti i metadati, si passa alla sezione di codice relativa al primo dei podcast presenti sul sito, ovvero quello più recente; vediamo infatti, il marcatore `<item>` (indicato con la freccia blu in Figura 5.), anch'esso obbligatorio e che segna l'inizio di ogni singolo post. Al suo interno è presente il tag `<pubDate>` (indicato con la freccia verde in Figura 5.), che ha lo scopo di ordinare i podcast dal più recente al più vecchio⁶.

⁶ E' possibile sostituire il tag di `<pubDate>` utilizzando il tag `<itunes:order>`. Dopo si aggiunge un nuovo episodio al feed, può richiedere fino a 24 ore per l'esecuzione degli aggiornamenti sull'iTunes Store.

```

</itunes:category> <!-- history --> </itunes:category>
<item>
  <title>38-La rievocazione storica</title>
  <itunes:author>Enrica Salvatori</itunes:author>
  <itunes:subtitle>Il recupero del passato che guarda al presente</itunes:subtitle>
  <itunes:summary>Dialogo tra Enrica Salvatori e Rosita Bellometti sulle rievocazioni storiche in Italia e in Europa.</it
  <enclosure url="http://traffic.libsyn.com/emmedici/38_rievocazione.mp3" length="35679635" type="audio/mpeg"/>
  <guid>http://traffic.libsyn.com/emmedici/38_rievocazione.mp3</guid>
  <pubDate>Mon, 31 Aug 2015 22:00 +0100</pubDate>
  <itunes:duration>47:35</itunes:duration>
  <itunes:keywords>medioevo, reenactment, rievocazione, storia</itunes:keywords>
</item>
<item>
  <title>37-L'invenzione della tradizione</title>
  <itunes:author>Enrica Salvatori</itunes:author>
  <itunes:subtitle>God save Historycast</itunes:subtitle>
  <itunes:summary>La tradizione inventata è un un'insieme di pratiche rituali e simboliche, molto regolamentate, che pre
    Il bisogno di una nazione e soprattutto la necessità di garantire la fedeltà dei sudditi fu un potentissimo generat
  <enclosure url="http://traffic.libsyn.com/emmedici/37_Invenzione_Tradizione.mp3" length="43442423" type="audio/mpeg"/>
  <guid>http://traffic.libsyn.com/emmedici/37_Invenzione_Tradizione.mp3</guid>
  <pubDate>Mon, 24 Aug 2015 22:00 +0100</pubDate>
  <itunes:duration>33:57</itunes:duration>
  <itunes:keywords>Tradizione</itunes:keywords>
</item>

<item>
<title>36-Il castello</title>
<itunes:author>Enrica Salvatori</itunes:author>

```

Figura 6. Esempi di item in un file XML
(l'immagine fa riferimento agli RSS dei podcast di Historycast)

A seguire abbiamo poi il marcatore `<enclosure>`, in cui si definiscono i dettagli del file mp3 da scaricare e si segnala l'indirizzo da cui è possibile prelevarlo. Il parametro `length` è espresso in byte e `type` definisce la natura del file stesso, nel caso dell'esempio `audio/mpeg` (vedi Figura 7.).

```

<enclosure url="http://traffic.libsyn.com/emmedici/38_rievocazione.mp3" length="35679635" type="audio/mpeg"/>

```

Figura 7. Marcatore `<enclosure>` in XML con url e i due parametri `length` e `type`
(l'immagine fa riferimento agli RSS dei podcast di Historycast)

Rivediamo la Figura 5. sopra; notiamo la presenza di diversi marcatori che si riferiscono ad iTunes, come i tag:

- `<itunes:summary>`, consente di informare gli utenti circa il podcast; descrivere l'oggetto, formato multimediale, episodio programma e altre informazioni pertinenti
- `<itunes:category>`, che permette al podcast di essere visibile in più luoghi sull'iTunes Store e hanno maggiori probabilità di essere trovati dagli utenti

Nel caso in cui volessimo verificare la validità del feed e la sua rispondenza agli standard, è disponibile il servizio di validazione di feed del W3C, il *WRC Feed Validation Service* (indirizzo <https://validator.w3.org/feed/>). Copiando l'indirizzo del feed realizzato, incollandolo nella casella *Address* nella home page (vedi Figura 8.) e infine cliccando sul pulsante *Check*, è possibile vedere eventuali errori di trascrizione del codice o, in caso contrario, la certezza di aver rispettato tutti gli standard di scrittura del codice stesso.

W3C® Feed Validation Service
Check the syntax of Atom or RSS feeds

Validate by URI | Validate by Direct Input

Validate by URI

Validate a feed online:

Address:

Check

This is the W3C Feed Validation Service, a free service that checks the syntax of Atom or RSS feeds. The [Markup Validation Service](#) is also available if you wish to validate regular Web pages.

The W3C validators are hosted on server technology donated by HP and supported by community

Figura 8. Home page del feed validator del *W3C Feed Validation Service*

4.2 Il ruolo di iTunes nel mondo dei podcast

Steve Jobs, fondatore e presidente di Apple Computers, nella conferenza del 6 Giugno 2005⁷, ha affermato che gli iPod sono in testa alle vendite dei lettori MP3 portatili del mondo. Agganciandosi a questo discorso, ha parlato poi del podcast, spiegando cos'è e definendolo come il “*Wayne's World*”⁸ via radio (film del 1992 dove due ragazzi americani di provincia diffondevano dallo scantinato di una casa un piccolo show televisivo che spopola tra i giovani⁹). Parlando dell'importanza, della diffusione e delle potenzialità di questo nuovo fenomeno, ha citato l'uso che ne viene fatto anche da parte di molti colossi mediatici, e del supporto diretto da parte di iTunes (dalla versione 4.9 in poi).

Introduciamo ora brevemente iTunes, cos'è, quali sono le sue principali caratteristiche e come è riuscito ad inserire il fenomeno podcast al suo interno. iTunes, come tutti sappiamo, è il lettore multimediale sviluppato e distribuito dalla Apple Inc. per riprodurre e organizzare file multimediali, e che permette anche l'acquisto online di canzoni, video e film attraverso il servizio *iTunes Store*. Le versioni attualmente distribuite sono compatibili con i sistemi operativi *macOS* e *Windows*.

Per usufruire di tutti i servizi offerti da iTunes sul proprio computer, è necessario scaricare l'ultima versione per Windows all'indirizzo <http://www.apple.com/it/itunes/download/>, facendo click sul pulsante *Download* e seguendo i successivi passi per l'installazione. Chi possiede invece un computer mac distribuito dalla Apple iTunes è installato di default.

Oltre ad essere un ottimo lettore mp3, iTunes si avvale del sistema di *playlist* e cartelle per catalogare file mp3 e video presenti sul computer e sul lettore iPod, in modo da avere la propria musica, video, e quindi anche i podcast, divisi in base al genere, all'autore e a tutti gli altri parametri che li caratterizzano.

iTunes inoltre, possiede il più grande negozio virtuale di musica (e attualmente anche di video) in Internet, *iTunes Music Store*, un immenso catalogo dove, dopo aver creato un account personale, è possibile scegliere e acquistare un brano o un intero album.

7 Post by Boomer, “*All things D3-Steve Jobs previews podcasting(2005)*”, EverySteveJobsVideo, 18 Febbraio 2013

<http://everystevejobsvideo.com/all-things-d3-steve-jobs-previews-podcasting-2005/>

8 ABC NEWS, “*Interview with Apple CEO Steve Jobs*”, abc NEWS, 29 Giugno 2005
<http://abcnews.go.com/Technology/story?id=892335>

9 Wikipedia, voce *Wayne's World (film)*
[https://en.wikipedia.org/wiki/Wayne%27s_World_\(film\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Wayne%27s_World_(film))

Per scoprire invece il mondo dei podcast su iTunes, è necessario selezionare l'area podcast di iTunes, che mette a disposizione un database di trasmissioni, rigorosamente gratuite e allestito da Apple, dove potersi abbonare ad un particolare podcast e scaricare le puntate sul proprio dispositivo. Anche qui è necessario crearsi un account.

Come afferma Alessandro Venturi, co-fondatore di Radio NK e autore di ToiletteCast, uno dei primi podcast nati in Italia:

“ [...]iTunes ha amplificato il fenomeno podcast come nessun altro mezzo di comunicazione era riuscito prima. Sembra quasi che il podcast sia stato inventato da Apple e non è raro trovare articoli su quotidiani o addirittura riviste specializzate che danno la paternità della cosa proprio alla mela rosicchiata.[...]”¹⁰

Chi ha iTunes installato sul proprio computer e non ha mai sentito parlare di podcast, si ritrova quindi ad avere a propria disposizione un catalogo molto ricco di podcast di ogni tipologia, rendendo l'accesso e l'ascolto di un podcast più semplice e veloce, senza dover effettuare una ricerca in rete.

4.2.1 La funzione podcast su iTunes

Premessa: non essendo un servizio di hosting per podcast, iTunes non può essere utilizzato per creare podcast, ma alcuni file audio e video possono essere convertiti con iTunes in un formato di file adatto a tutti i dispositivi Apple e non.

Prima di usare la funzione di connessione ai podcast per convalidare, inviare e gestire gli stessi su iTunes Store, bisogna creare il podcast; per fare ciò dobbiamo:

- creare l'episodio
- salvare il podcast nei formati M4A, MP3, MOV, MP4, M4V, PDF o EPUB per i file di testo
- creare il feed RSS conforme alle specifiche della versione RSS 2.0, inclusi i tag RSS iTunes contenente il tag <enclosure> indicando l' episodio
- inviare il feed RSS e l'episodio online

¹⁰ A.VENTURI, *Come si fa un podcast*, 2006, Tecniche Nuove, cap.2, p.15

- utilizzare solo nomi di file ASCII¹¹ e URL che includono a-z, A-Z, 0-9
- confermare che il server dove abbiamo pubblicato il feed RSS utilizza un URL accessibile pubblicamente (ad esempio, l'URL non deve essere protetto da un *firewall*¹²) e supporta le richieste di intervallo di byte per permettere agli utenti di trasmettere gli episodi

Ci sono inoltre, molte applicazioni e servizi online disponibili per la creazione e hosting di XML per il feed RSS del podcast, come:

- editor di testo per la creazione di documenti XML (esempio Oxygen¹³)
- varietà di applicazioni per creare e pubblicare podcast
- il noto GarageBand¹⁴ per la produzione audio (software disponibile solo per Mac) o Audacity
- programmi di produzione audio e video e strumenti disponibili sul computer
- servizio di convalida per diagnosticare problemi di sintassi e convalidare il feed RSS (*W3C Feed Validation Service*)
- il sistema hosting Libsyn (vedi cap. 4.3)

Dopo aver creato il podcast, aver scritto il codice XML e pubblicato il feed RSS online, è possibile utilizzare la funzione di connessione podcast. Aprendo quindi il programma iTunes, accediamo alla sezione podcast (vedi Figura 16.); dal menù a destra della pagina troviamo il link “Invia un podcast” in cui verrà richiesto di inserire il link del feed RSS.

Prima di inviare il podcast a iTunes Store, è importante assicurarsi che il podcast includa metadati (descrizione, informazioni di categoria per la ricerca di iTunes Store) accurati e pertinenti per poter beneficiare di essere presenti su iTunes Store e Podcast; inoltre, poiché la maggior parte dei nuovi abbonati trova un podcast di ricerca di iTunes Store, senza questi metadati gli utenti potrebbero non essere in grado di trovare o di decidere se sottoscrivere il podcast.

11 ASCII: (acronimo di *American Standard Code for Information Interchange*, in italiano *Codice Standard Americano per lo Scambio di Informazioni*) è un codice per la codifica di caratteri. Fu proposto dall'ANSI (American National Standards Institute) nel 1963 e diventò definitivo nel 1968. Ideato inizialmente per le comunicazioni fra telescriventi, è diventato poi uno standard mondiale. Per maggiori dettagli Wikipedia, voce *ASCII* <https://it.wikipedia.org/wiki/ASCII>

12 Firewall: in informatica, in ambito delle reti di computer, un firewall (termine inglese dal significato originario di *parete refrattaria*, *muro tagliafuoco*; in italiano anche *parafuoco* o *parafiamma*) è un sistema che permette di proteggere il computer o una rete di computer dalle intrusioni provenienti da una rete sconosciuta (soprattutto internet).

Per maggiori dettagli sul suo funzionamento visitare il sito <http://it.ccm.net/contents/568-firewall>

13 Oxygen, per informazioni e download <https://www.oxygenxml.com/> (editor a pagamento)

14 GarageBand, per informazioni e download <http://www.apple.com/it/mac/garageband/>

Per presentare il podcast su iTunes Store bisogna:

- testare il funzionamento del podcast
- provare il podcast in iTunes
- convalidare il podcast
- inviare il podcast
- mostrare il podcast su iTunes Store

Dopo aver inviato con successo il proprio podcast su iTunes Store e dopo che Apple approva la sua presentazione, verrà inviata una email di conferma di presentazione completata (ci vorranno al massimo 48 ore), incluso il link al podcast inviato attivo.

4.3 Libsyn

É arrivato il momento di condividere il podcast sul web. I file mp3 non sono leggerissimi e se vengono caricati direttamente nel server che ospita il proprio sito è facilmente possibile sforare i limiti di banda. Una soluzione efficace è l'utilizzo di Libsyn (*Liberated Syndication*) attualmente il miglior sistema di hosting ottimizzato per ospitare, gestire e pubblicare podcast audio e video (sito internet di Libsyn <https://www.libsyn.com/>, servizio a pagamento). Libsyn è un hosting che offre tutto ciò di cui abbiamo bisogno: spazio per caricare episodi, velocità di banda e affidabilità del servizio; è possibile misurare con esattezza quanti scaricano il podcast e con estrema facilità integrarlo sul sito, su iTunes, o qualsiasi altra piattaforma di podcasting, tra cui Facebook, Twitter, WordPress e app mobile per iOS, Android e Windows.

Esiste anche una versione PRO di Libsyn (LibsynPRO), un servizio per supporti di produttori professionali e clienti aziendali.

Fra le tante caratteristiche disponibili del piano di hosting Libsyn abbiamo:

- download illimitato
- media hosting (audio e video)
- feed RSS del podcast compatibile con iTunes
- lettore audio e video in HTML5
- possibilità con un singolo *click* di pubblicare il podcast in più destinazioni grazie all'integrazione di Libsyn *OnPublish*, una app Facebook e HTML5 player che ha lo scopo di rendere la distribuzione dei contenuti semplice e gestibile da un unico login

- UN' ALTERNATIVA A LIBSYN: SPREKAER



Figura 9. Logo di Spreaker

Molti podcaster, per pubblicizzare i propri podcast, si affidano non solo a servizi di hosting (come Libsyn), ma anche a servizi web specializzati nella distribuzione di contenuti audio nel Web. Tra questi servizi è ormai noto Spreaker, una piattaforma web innovativa italiana nata nel 2009, che combina l'esperienza d'uso della radio con l'interazione tipica di un social network.

Registrandosi gratuitamente o effettuando direttamente il login anche con le credenziali di Facebook o Twitter al sito ufficiale di Spreaker www.spreaker.com/, l'utente può: creare contenuti audio, live o podcast senza dover scaricare nessun programma, pubblicarli sulla piattaforma, condividerli con la vasta community online e diffonderli nel social web, inserirli direttamente sulle proprie pagine personali o blog.

Spreaker è inoltre, un servizio freemium che mette a disposizione degli utenti, oltre ad una versione free completamente gratuita (con 30 minuti di registrazione per ogni puntata ed un ora di libreria personale per il caricamento dei file), una versione premium ancora più professionale e attivabile con un abbonamento mensile, e che consente la registrazione di lunghi show (fino a 3 ore), 60 ore di libreria personale per il caricamento di file, e permette di scaricare i propri file mp3 dei podcast prodotti.

Tra tutti i servizi che esistono per creare podcast compatibili con iTunes, Spreaker è tra i migliore perché consente di creare e condividere i podcast in modo semplice e gratuito, mantenendo comunque una buona qualità audio.

Per creare una propria trasmissione, Spreaker richiederà di specificare il proprio profilo, cioè se sei un podcaster, uno speaker o un dj; il motivo è che la piattaforma personalizza l'esperienza dell'utente a seconda del profilo selezionato. Un podcaster per esempio, può creare degli “show” ovvero un numero indefinito di podcast diversi per trattare varie tematiche.

Due caratteristiche che fanno di Spreaker un servizio innovativo sono:

- 1) la creazione del feed RSS in modo automatico
- 2) la condivisione immediata sui social network dell'episodio per un maggior ascolto

Ammettiamo ora di voler condividere i propri podcast non solo su un hosting come Libsyn per esempio, ma anche su Spreaker; è necessario fare un lavoro di “migrazione” dei contenuti da un servizio all'altro. A questo proposito Spreaker dispone della funzione “RSS Importer” che permette, una volta fornito il feed RSS in questo caso di Libsyn, di spostare automaticamente tutti gli episodi, mantenendo i metadati di questi.

Altro problema a cui un podcaster potrebbe imbattersi è la decisione di abbandonare l'idea di utilizzare un hosting come Libsyn per pubblicare i propri podcast e utilizzare quindi Spreaker, e la pubblicazione degli episodi su iTunes.

Essendo però iTunes legato al feed RSS, se si migrano i contenuti, bisogna anche cambiare l'RSS dal quale iTunes recupera i podcast, inserendo quello nuovo di Spreaker (operazione da fare dopo aver importato tutti gli episodi come spiegato sopra, così da non fornire ad iTunes un feed vuoto). Un lavoro quindi che potrebbe occupare tempo al podcaster, un tempo che magari vorrebbe impiegare per realizzare i suoi podcast e diffonderli sul Web.

La scelta quindi di come pubblicare i propri podcast, è il passo più delicato del lavoro di un podcaster e gli strumenti per farlo sono molteplici, l'importante è prefissarsi già dall'inizio l'obiettivo che abbiamo intenzione di raggiungere con il nostro progetto, quali sono le nostre possibilità per farlo, quanto siamo disposti a dedicarci alla sua creazione, ma soprattutto quali sono i mezzi più appropriati da utilizzare per realizzare il lavoro.

5. La promozione su Internet di un podcast: cosa si fa per promuoverlo

Negli Stati Uniti il podcasting spopola. Secondo uno studio condotto da Edison Research¹, il 21% degli americani sopra i 12 anni ascolta almeno una volta al mese un podcast. Fra il 2015 e il 2016, sempre secondo questa ricerca, l'ascolto del podcast è aumentato del 23%.

Insomma, sembra una crescita solida e promettente. Anche in Italia, sebbene con numeri più modesti, gli ascolti tendono a salire del 40% nel 2016 secondo i dati forniti da Spreker a *ItaliaOggi*².

In questo capitolo cercheremo di vedere come aiutare questa crescita a aumentare gli ascolti per ottenere più visibilità per il proprio podcast, in base a dei fattori che vanno a determinare il successo di uno show. Questi fattori sono:

- nome
- descrizione
- grafica
- directory
- social network
- sito

● NOME

Decidere quale un nome dare al proprio show è sicuramente un fattore decisivo per la sua diffusione, essendo il campo con il peso maggiore per la ricerca di un podcast nella directory in cui un utente si trova: comunicare qualche cosa del contenuto delle puntate del podcast a chi vede scorrere velocemente i nomi degli show, è un'opportunità da non perdere. Un nome scelto con cura contribuirà in maniera importante a selezionare gli ascoltatori, richiamando

1 Edison Research, *Podcast Research* <http://www.edisonresearch.com/media-research/podcast-research/>

2 ItaliaOggi, *La marca ora si racconta*, articolo di Giovanni Bucchi http://www.italiaoggi.it/giornali/preview_giornali.asp?id=2088272&codiciTestate=1&sez=professionisti&testo=&titolo=Podcast,%20la%20marca%20ora%20si%20racconta

l'attenzione di chi è perfettamente in linea con l'audience a cui abbiamo intenzione di rivolgerci. Infatti, le persone solitamente cercano nelle directory ciò che a loro interessa: moda, social media marketing, storia, scienza, ecc. Con un nome ben chiaro quindi, anche la directory potrà meglio comprendere gli argomenti correlati ai podcast e suggerire il nostro show a chi sta cercando contenuti simili a quelli proposti.

● DESCRIZIONE

Fra i metadati da compilare, la descrizione è forse il campo più importante, perché in poche righe di testo abbiamo la possibilità di poter spiegare per esteso di cosa si occupa il nostro podcast. Nel decidere cosa scrivere nella descrizione, è consigliato tener conto di tre domande:

- *di cosa parla il podcast?*
- *come il podcast può aiutare gli ascoltatori?*
- *ogni quanto viene pubblicato?*

● GRAFICA

Con la grafica, correlata al podcast, abbiamo la grande opportunità di attirare l'attenzione degli ascoltatori. I colori chiari, solitamente, sono i più facili da far cliccare agli utenti, ma questo solo in via teorica. E' consigliato fare anche qualche test sulle scritte: troppo piccole risultano difficilmente comprensibili agli occhi degli utenti.

Per quanto riguarda invece il tipo di immagine, sono sconsigliate le immagini con la foto del conduttore dello show, perché vista come un modo per pubblicizzare solo la propria figura e non il podcast in sé. La scelta di un logo adatto al nostro podcast è sicuramente la strada migliore per essere ricordati dal pubblico, tenendo ovviamente conto degli obiettivi per i quali si vuole realizzare il podcast.

● DIRECTORY

Una volta creato il podcast, il passo successivo da compiere è la pubblicazione.

L'inserimento del proprio podcast all'interno delle directory non è in genere un'operazione del tutto automatica, spesso bisogna iscriversi manualmente all'interno delle stesse directory.

Basta iscriversi a quelle più importanti e conosciute dal pubblico, ma grazie alla forza di

diffusione delle informazioni in rete, il podcast verrà inserito anche nelle directory meno conosciute ma non di minor importanza. L'obiettivo che si deve porre un podcaster sarà quindi quello di cercare di diffondere la propria presenza, soprattutto in quelle directory che pensa possano essere di maggior interesse per il pubblico che andiamo a cercare.

Come sappiamo, iTunes è la directory per eccellenza più cliccata sia dai podcaster sia dall'utenza, ma è bene iniziare a collezionare da subito ascoltatori in più canali possibili.

● SOCIAL NETWORK



Figura 10. Il mondo dei social network

Siamo nel XXI secolo, un secolo in cui la tecnologia avanza sempre più, facendosi spazio soprattutto nel mondo della comunicazione. Come tutti sappiamo ormai, la maggior parte delle persone passano il loro tempo “attaccati” al loro dispositivo tecnologico (computer, smartphone etc.), dando modo al fenomeno dei social network di crescere in modo esponenziale. In molti casi le piattaforme sociali vengono utilizzate al posto delle conversazioni e dei messaggi cellulari, grazie all'introduzione degli applicativi che li rendono comodamente usufruibili su dispositivi mobili sempre connessi ad Internet. Visto questo aspetto della comunicazione e su come le persone vivono sempre di più a stretto contatto con i social, l'uso di questi per pubblicare contenuti, è ovviamente la strada meno difficile da intraprendere per un podcaster nella pubblicazione e diffusione dei propri podcasts.

Dato che non è sempre molto semplice ripubblicare i contenuti pensati per un social su di un altro, è bene scegliere e concentrarsi su quali social possono maggiormente farci raggiungere l'audience che ci interessa.

Quando si parla di social network, ovviamente, i primi a venire in mente sono Facebook (lanciato nel 2004, con i suoi 1,65 miliardi di utenti iscritti) e Twitter (lanciato nel 2006 e che solo nel 2012 contava 500 milioni di utenti attivi).

Su Twitter per avere maggiori download, può essere utile twittare (= postare, pubblicare) estratti del podcast e citazioni degli ospiti, in modo che chi è colpito da queste frasi possa ascoltare la puntata. Taggare gli ospiti (con moderazione) fa in modo che si ricordino della puntata registrata e che magari abbiano voglia di retwittare il tuo contenuto alla loro audience. Il condividere su Twitter un link diretto agli episodi presenti ad esempio su iTunes, e taggare l'episodio con i cosiddetti “*hashtag*”³ giusti, può far guadagnare degli ascoltatori inattesi, anche per via del fatto che le miniature che si creano invogliano parecchio gli utenti a cliccare. Infine molto importante, è il design della pagina del podcast: inserire link, immagini e foto adatte al tema, pulsanti di condivisioni etc. può aiutare facilmente e in modo rapido la pubblicizzazione del proprio podcast.

Su Facebook invece, c'è la possibilità di creare gruppi o pagine allo scopo di promuovere il podcast. La scelta su quale strada intraprendere dipende dall'obiettivo prefissato: ad esempio per un'azienda, un marchio o prodotto la soluzione migliore per farsi conoscere è la creazione della pagina, dato dal fatto che le informazioni sulle pagine e i post sono pubblici e in genere disponibili per tutti gli iscritti a Facebook. I gruppi, che possono essere pubblici o chiusi, forniscono alle persone uno spazio dove discutere di interessi comuni. Qui i membri ricevono, per impostazione predefinita, delle notifiche nel momento in cui gli altri membri del gruppo pubblicano un post; è possibile partecipare a chat, caricare foto su album condivisi, collaborare alla creazione di documenti di gruppo e invitare i membri che sono loro amici agli eventi del gruppo.

● SITO

Il percorso che porta un utente ad ascoltare podcast può partire in modi diversi. Sia che inizi con una ricerca su Google o dentro una app per podcast, un ascoltatore vorrà prima o poi sapere di più su chi conduce lo show che lo appassiona. A questo punto sarà utile al podcaster avere un sito web o un semplice blog con cui costruire il suo rapporto con gli ascoltatori a lungo andare.

All'interno di un sito il podcaster ha la possibilità di: pubblicare i suoi podcast, sintetizzando il contenuto dell'episodio con una breve introduzione per presentare l'argomento in oggetto, spiegare a chi non è pratico come si ascolta un podcast, dare informazioni sulla propria figura professionale e, nel caso in cui ci fossero più persone a collaborare al progetto, sui

³ Hashtag: conosciuto comunemente con il simbolo “ # ”, l'hashtag è un tipo di etichetta o tag per metadati, utilizzato nei social network come aggregatore tematico; la sua funzione è di rendere più facile per gli utenti trovare messaggi su un tema o contenuto specifico. Questo tag si pone davanti alla parola o frase senza spazi in modo che, successivamente, la ricerca di quel hashtag restituirà tutti i messaggi che sono stati etichettati con esso.

suoi collaboratori, lasciare contatti per essere rintracciati in caso di dubbi o domande dell'utente interessato e così via.

Aprire quindi un proprio portale sul web con cui farsi conoscere dal pubblico, ma soprattutto far conoscere il proprio lavoro, è sicuramente un modo originale per raccontare qualcosa al mondo, per comunicare o trasmettere idee e saperi.

Grazie ai numerosi servizi online, sia gratuiti o comunque a basso costo, che il web offre, è infatti possibile attivare un blog in modo semplice e pratico; servizi che offrono strumenti completi per la gestione dei contenuti anche per chi non possiede particolari conoscenze tecniche.

Come abbiamo appena detto, i servizi online disponibili sono molteplici, alcuni con poche altre con tante funzionalità da conoscere e utilizzare, tutto dipende da cosa un podcaster ha intenzione di fare e da come vuole organizzare il lavoro. Basta iniziare a prendere confidenza con il mondo del blog, prima di tutto scegliendo il modello e il tema del sito, imparare a pubblicare post, inserire link, aggiungere immagini alle news.

Uno dei servizi online da sempre il più scelto da chi vuole iniziare a crearsi un sito, è la piattaforma di “personal publishing” Wordpress, uno strumento che si focalizza sull'estetica, sugli standard web e sull'usabilità, e che al tempo stesso è gratuito e senza prezzo per le infinite possibilità che offre. WordPress propone una vasta scelta di temi sempre in continuo aggiornamento, ed è possibile anche aggiungerne di nuovi e arricchire così sempre di più il catalogo esistente (temi disponibili al sito <https://it.wordpress.org/themes/>).

Nel capitolo che segue (cap. 5.1) la piattaforma Wordpress viene descritta più nel dettaglio.

5.1 WordPress



Figura 11. Logo di WordPress

WordPress è una piattaforma di "personal publishing" e “*content management system*”(CMS=*sistema di gestione dei contenuti*), ovvero un programma che, girando lato server, consente la creazione e distribuzione di un sito Internet formato da contenuti testuali e multimediali, facilmente gestibili ed aggiornabili dinamicamente.

È sviluppato in linguaggio PHP⁴ che consente la pubblicazione di contenuti Web, e con appoggio al gestore di database MySQL⁵. Essendo una piattaforma gratuita (download di WordPress disponibile al sito <https://it.wordpress.org/>) e caratterizzata da una notevole facilità di utilizzo, WordPress trova la sua più ampia diffusione come piattaforma di gestione dei dati blog .

Le funzionalità di cui dispone sono numerose, come i tanti *plugin* reperibili in rete da scaricare e attivare all'interno della propria piattaforma Wordpress (directory dei plugin disponibili in rete al sito <https://it.wordpress.org/plugins/>).

Tra le molteplici funzionalità disponibili su WordPress, è la presenza del feed RSS prodotto in automatico e che va ad indicare la presenza di podcast mediante l'istruzione *enclosure* .

Ma quali sono le difficoltà di questa piattaforma? Come abbiamo detto poco fa WordPress è realizzato per essere installato sul server o su un account di hosting; ciò significa che è necessario sottoscrivere tale servizio in modo da avere un proprio indirizzo, non più legato al fornitore del servizio. I provider che forniscono il servizio di hosting da cui acquistare dominio o spazio web sono numerosi, l'importante è che disponga di un accesso FTP, dell'accesso ad un server per i database come MySQL, e che supporti il linguaggio PHP. Uno dei servizi che fa al caso nostro è *XAMPP*, un applicazione utilizzata per creare il nostro ambiente di test in locale sul nostro PC, e in cui è possibile testare le modifiche al sito o testare l' introduzione dei nuovi moduli del CMS che proveremo sul sito in locale, prima di applicarle sul sito in produzione.

5.1.1 XAMPP e i suoi principali componenti

XAMPP è una applicazione freeware(= gratuita) che, installata sul nostro computer, emula il

4 PHP: (acronimo ricorsivo di "*PHP: Hypertext Preprocessor*", ovvero "processore di ipertesti"; originariamente acronimo di "*Personal Home Page*") è un linguaggio per lo *scripting server-side*, ovvero un linguaggio che risiede in un server in remoto e che in fase di esecuzione interpreta le informazioni ricevute da un client grazie al Web server, le elabora e restituisce un risultato al client che ha formulato la richiesta.

Per maggiori dettagli sul suo funzionamento visitare la guida <http://www.html.it/guide/guida-php-di-base/>

5 MySQL: è il il più diffuso database open source basato sul linguaggio SQL. L'acronimo SQL significa "*Structured Query Language*" ed indica il linguaggio standard di interrogazione dei database. Fornito dall'azienda MySQL AB, MySQL è un RDBMS, ossia un "*sistema di gestione per database relazionali*", ovvero un sistema che gestisce un insieme strutturato di dati (da qui "database"), tutto in modo veloce dal punto di vista dell'accesso, di modifica e di inserimento di elementi.

funzionamento del servizio hosting in cui appoggeremo il nostro sito web di produzione e visibile in Internet. XAMPP è rilasciato sotto la GNU General Public License ed è possibile scaricarlo dal sito ufficiale in italiano all'URL <http://www.apachefriends.org/it/xampp.html>.

I suoi principali componenti, da cui deriva l'acronimo, sono:

- **X – Cross-Platform** : XAMPP è anche multi piattaforma, cioè che funziona su diversi sistemi operativi come Linux, Mac e Windows
- **A – Apache** : è il web server application (HTTP) che elabora e risponde le richieste restituendo i contenuti verso il computer richiedente (client)
- **M – MySQL** : Open Source e gratuito, MySQL è il più popolare tra i DMBS per memorizzare i dati su cui si appoggia un applicazione web
- **P – PHP** : acronimo di *Hypertext Preprocessor* e anch'esso Open Source, è un linguaggio di script lato server utilizzato per realizzare siti di ogni genere. Relativamente semplice da imparare, lavora perfettamente con MySQL
- **P- Perl** : è un linguaggio di programmazione molto potente e ricco di funzionalità

XAMPP può contenere inoltre componenti aggiuntivi come ad esempio *phpMyAdmin*, un libero e Open Source tool scritto in PHP, utilizzato per la gestione dei database MySQL direttamente dal browser; qui è possibile eseguire diverse attività quali la creazione, la modifica o l'eliminazione di database, tabelle, campi o righe; l'esecuzione di SQL dichiarazioni o la gestione di utenti e autorizzazioni.

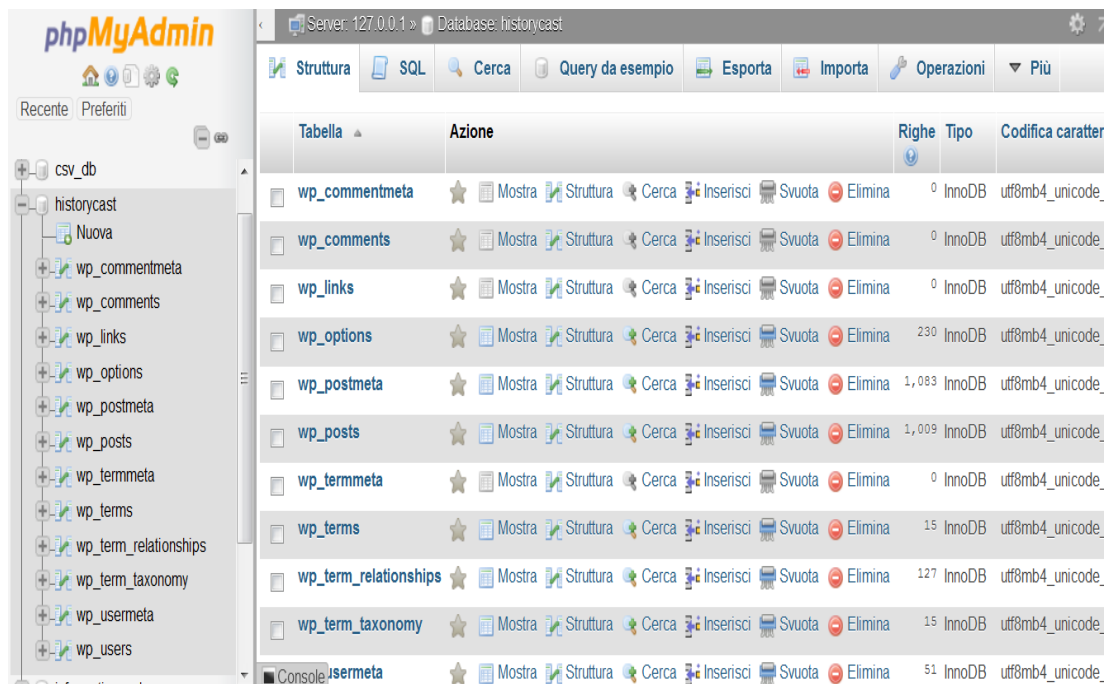


Figura 12. Tool phpMyAdmin in cui è stato selezionato il database historycast

In pratica XAMPP installa sul nostro computer il server Apache, MySQL e l' interprete PHP (ma anche qualche altra cosa) creando sul nostro PC un ambiente simile a quello che ci fornirebbe il servizio hosting per installare il nostro CMS.

Dopo l' installazione, per avviare il server Apache, dobbiamo eseguire il file *xampp_start.exe* situato nella cartella XAMPP; per chiudere il server invece, eseguire il file *xampp_stop.exe* situato nella stessa cartella (la freccia rossa in Figura 13. indica i due file).

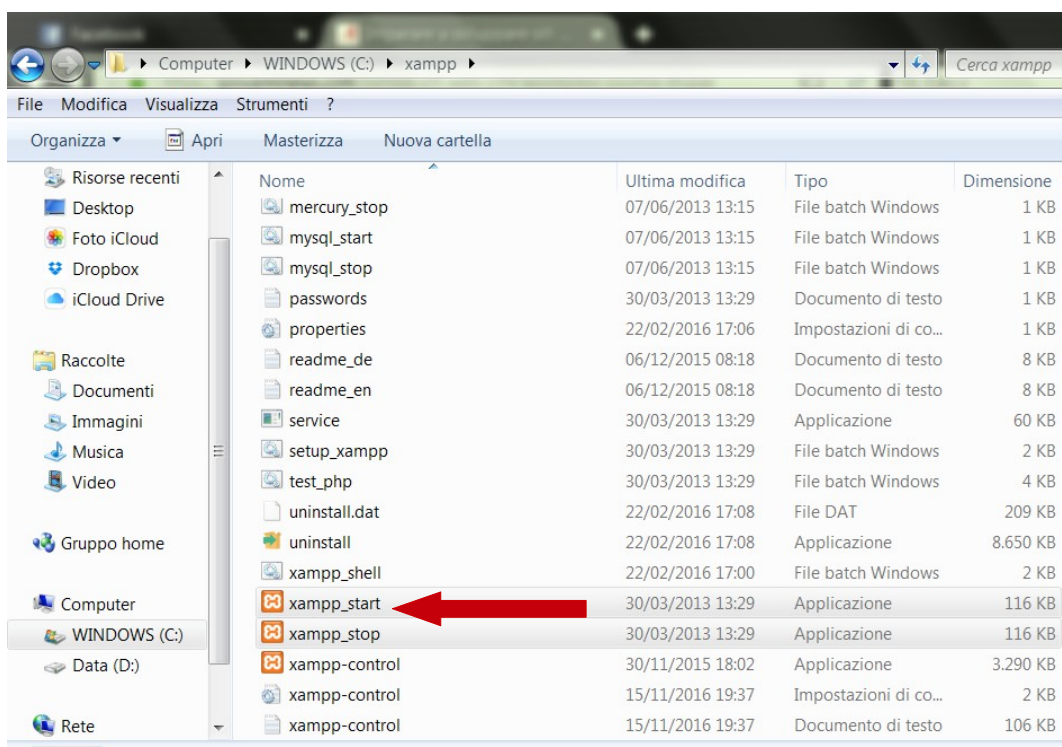
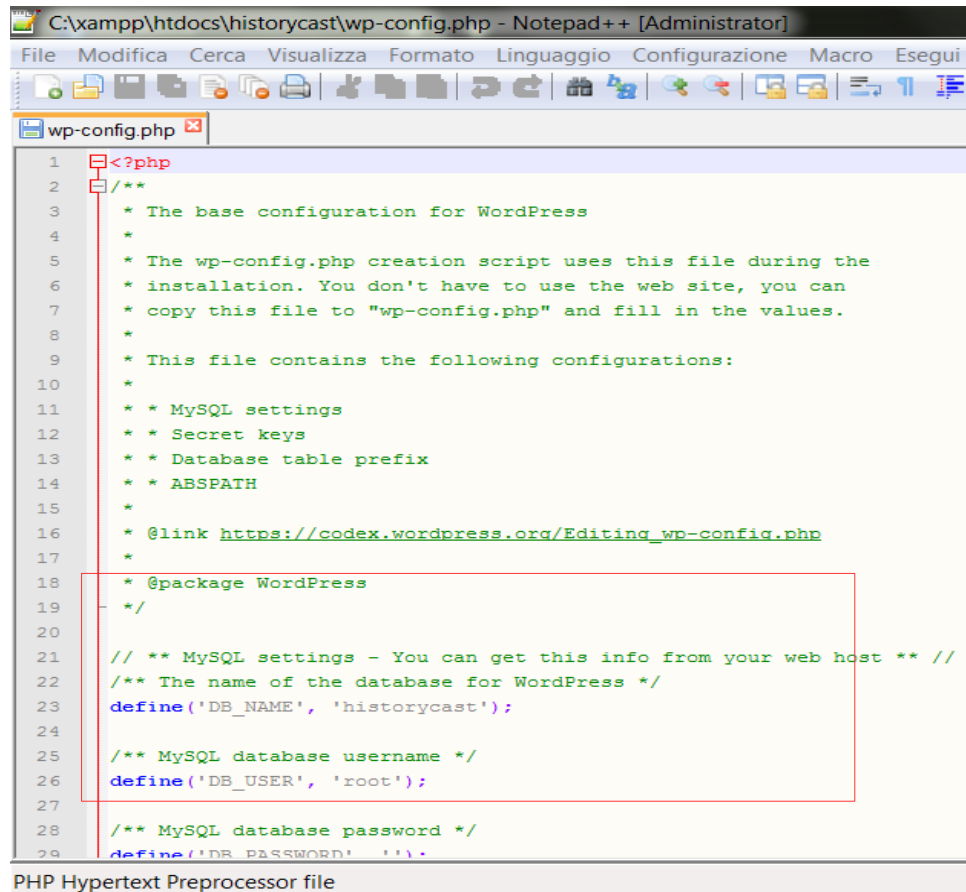


Figura 13. Avvio di Apache

E' ora possibile entrare in XAMPP con un qualsiasi browser web, mettendo come indirizzo `http://localhost/` ; in questo modo si entra nella pagina di benvenuto di XAMPP per prendere dimestichezza con l'ambiente prima di installare un CMS.

Per installare con XAMPP il nostro CMS, quest' ultimo va installato nella cartella `c:/programmi/xampp/htdocs` se abbiamo utilizzato i percorsi di default durante l' installazione di XAMPP; quindi scarichiamo il programma di installazione del CMS dal relativo sito ufficiale. I programmi di installazione sono tutti in formato compresso e vanno quindi decompressi in una relativa cartella di destinazione sotto la cartella `/htdocs`. Prima di procedere all' installazione del CMS, è opportuno leggere la rispettiva guida di installazione, visualizzabile dallo stesso indirizzo da cui abbiamo scaricato il programma di installazione. CMS come WordPress, per essere installati, hanno bisogno che il database sia creato prima dell' installazione, quindi, tramite phpMyAdmin, è necessario creare un database vuoto. Inoltre, per il CMS Wordpress, è necessario aprire il file `wp-config-sample.php` con un editor di testo (es Notepad ++), scrivendo i dettagli relativi al database(vedi riquadro rosso in Figura 14.); salviamo e rinominiamolo poi in `wp-config.php` . Fatto questo lanciamo il file di

installazione con il browser mettendo come indirizzo l'indirizzo del file di installazione, ad esempio `http://localhost/wordpress/wp-admin/install.php`.



```
1 <?php
2 /**
3  * The base configuration for WordPress
4  *
5  * The wp-config.php creation script uses this file during the
6  * installation. You don't have to use the web site, you can
7  * copy this file to "wp-config.php" and fill in the values.
8  *
9  * This file contains the following configurations:
10 *
11 * * MySQL settings
12 * * Secret keys
13 * * Database table prefix
14 * * ABSPATH
15 *
16 * @link https://codex.wordpress.org/Editing_wp-config.php
17 *
18 * @package WordPress
19 */
20
21 // ** MySQL settings - You can get this info from your web host ** //
22 /** The name of the database for WordPress */
23 define('DB_NAME', 'historycast');
24
25 /** MySQL database username */
26 define('DB_USER', 'root');
27
28 /** MySQL database password */
29 define('DB_PASSWORD', '';
```

Figura 14. Configurazione database
(l'immagine fa riferimento al database del progetto Historycast)

Infine, per accedere alla dashboard di WordPress, e quindi iniziare a lavorare al sito, scrivere nella barra di indirizzo del browser `localhost/wordpress/wp-admin/` (es. nel caso del progetto Historycast `localhost/historycast/wp-admin/`); appariranno in schermata i campi in cui inserire nome utente o email e password per il login a WordPress. Ogni volta che si vuole accedere a WordPress, è importante ricordarsi di aprire il pannello di controllo XAMPP e attivare Apache e MySQL (vedi Figura 15.)

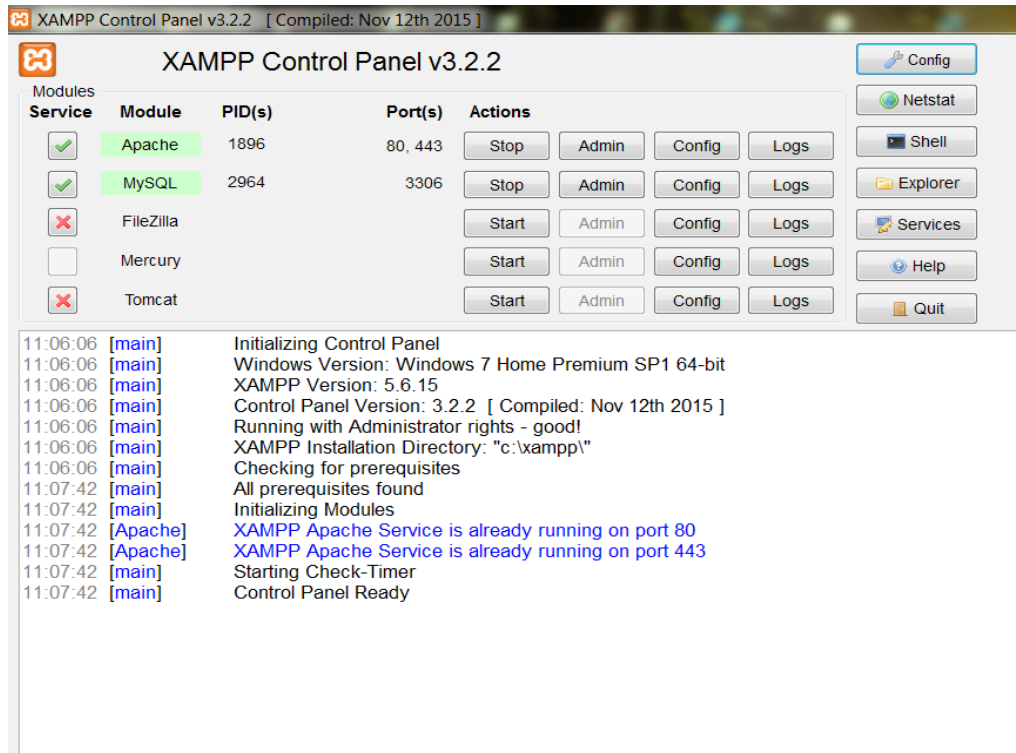


Figura 15. Pannello di controllo XAMPP

6. Il progetto Historycast

6.1 Quando e come si è sviluppato negli anni Historycast



Figura 16. Historycast

La storia è sempre interpretazione, lettura di fonti diverse, e il raccontarla con i metodi tradizionali significa renderla automaticamente "noiosa". Raccontare invece la storia da un punto di vista critico, facendo capire che questa non è il racconto dei fatti così come si sono svolti e come spesso sentiamo, ma che ci sono possibili interpretazioni e letture di un medesimo fatto, è un modo per rendere la storia più interessante e piacevole da leggere e studiare. E' proprio sotto questo punto di vista che nasce il progetto Historycast, un portale di divulgazione storica, realizzato dalla professoressa Enrica Salvatori, docente associato al dipartimento di Storia dell'università di Pisa, e che ha come obiettivo il raccontare piccoli e grandi episodi del passato attraverso una formula di comunicazione innovativa come il podcasting, riflettendo sulle molteplici interpretazioni che nel tempo sono state date di numerosi fatti storici.

Come si è sviluppato negli anni e quando nasce effettivamente Historycast? Per rispondere a questa domanda è necessario partire dal principio: inizialmente il podcasting veniva utilizzato per registrare le varie lezioni universitarie tenute dalla stessa ideatrice del progetto e messe online a disposizione degli studenti su iTunes. Da qui, è nata poi l'idea di creare un programma di divulgazione più ampia ad un'utenza ben più vasta, portando alla nascita effettiva di Historycast nel 2006.

Al progetto Historycast hanno partecipato in passato: Marco della Croce che si occupava della parte tecnica per la creazione di podcast; Mauro Filardo ex laureato in Informatica Umanistica e progettista delle prime versioni del sito; Paolo Osso, creatore e amministratore del gruppo Historycast su Facebook. Attualmente Enrica Salvatori è l'unica autrice e voce del podcast. Mediamente viene inserito un podcast al mese e, per rimanere aggiornati, è possibile utilizzare i feed RSS messi a disposizione nel sito.

"*La storia da leggere e ascoltare*", questo è il vero senso di Historycast, ed è proprio al suo interno che è possibile ricercare percorsi affascinanti ed originali attraverso temi di storia antica, medievale, moderna e contemporanea, raccontati attraverso file audio accompagnati da bibliografia, schede e links di approfondimento.

6.2 Realizzazione e struttura del sito: uso del Child Theme WordPress

Come accennato nel capitolo introduttivo, l'obiettivo principale del lavoro svolto è stato fare un restyling di una versione precedente del progetto *Historycast* utilizzando WordPress. Inizialmente il sito presentava una struttura semplice e poco strutturata e che si limitava al contenere i soli post pubblicati e i relativi podcasts. Si è sentita poi l'esigenza di fare una ulteriore ristrutturazione e dare al sito un aspetto più articolato e dinamico, soprattutto per quanto riguarda la *homepage* del sito, allo scopo di dare una visione globale all'utente su ciò che andrà a visitare all'interno del sito.

Per la creazione del sito Historycast è stata utilizzata una particolare funzionalità offerta da WordPress: l'uso del Child Theme. Un tema *child* (= "figlio" in inglese) WordPress è un template che importa tutte le funzionalità e caratteristiche di un altro tema chiamato *parent theme* (=tema "genitore"), e che si presenta come una soluzione ottimale per permettere di modificare e/o aggiungere funzionalità al proprio template senza dover sovrascrivere alcun file del parent theme, rischiando di commettere errori o di perdere del tutto il lavoro svolto quando vengono effettuati aggiornamenti. I motivi che spingono a utilizzare un tema child sono diversi:

- se si modifica un tema esistente e lo aggiorniamo, tutte le modifiche effettuate andranno perdute; con un tema child, è possibile aggiornare il tema genitore (cosa importante per la sicurezza e/o le nuove funzionalità) e continuare a mantenere le proprie modifiche
- permette di velocizzare i tempi di sviluppo
- per chi non è molto pratico di temi Wordpress, l'utilizzo del tema child è un ottimo modo per iniziare a prendere confidenza con lo sviluppo di temi WordPress

Per il progetto Historycast è stato scelto come tema genitore WordPress “*graphene*” (maggiori dettagli al seguente sito <https://it.wordpress.org/themes/graphene/>). Ma come si crea un tema child? Innanzitutto va creata una nuova cartella nella directory dei temi, ad esempio, nel caso di Historycast, “historycastchild” (si vede Figura 23.). L’unico requisito per un tema child è un foglio di stile (*style.css*).

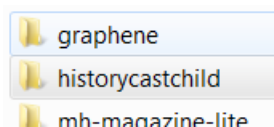


Figura 17. Creazione della cartella nella directory del nuovo tema

Nella parte superiore del file *style.css* è necessario creare un commento che richiami il proprio tema child; è possibile aggiornare anche i campi vuoti sottostanti con alcuni dati personali. Per impostazione predefinita, tutti i file creati (con l’eccezione del file *functions.php* del tema genitore) sostituiranno i file equivalenti del tema genitore. Infine va importato in una riga di codice il parent theme, da cui il nuovo tema ne prenderà le caratteristiche (vedi Figura 18.).

```
1  /*
2  Intestazione con commento che richiama il tema child:
3
4  Theme Name: historycastchild
5  Version: 2.0
6  Description: Tema Child di Graphene
7  Author: Granata Letizia
8  Template: graphene
9  License: GNU General Public License v2
10 License URI: http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html
11 */
12
13
14 /* Importo il foglio di stile del tema genitore */
15 @import url(../graphene/style.css);
```

Figura 18. Foglio di stile del child theme

Tutto ciò che verrà poi inserito nel foglio di stile del child theme, sovrascriverà gli stili del tema principale: se si vorrà cambiare il tipo di carattere del menu, un colore, dare margini ad un elemento del sito etc. verrà fatto nel child theme.

Creato il progetto finale, prima della pubblicazione ufficiale sul Web, è stato creato una versione “demo” del sito importando le cartelle con i file dei due temi sulla piattaforma di test WordPress, allo scopo di verificare che il sito creato in locale funzioni perfettamente.

Di seguito sono descritti gli elementi fondamentali che compongono il sito Historycast e che hanno portato alla sua realizzazione finale.

● LOGO E COLORI

Due elementi che ricoprono un ruolo centrale nella fase preliminare per la creazione di un sito, sono il logo ed i colori. Per quanto riguarda il logo, è importante tener conto:

- delle sue caratteristiche dimensionali, non necessariamente grande ma comunque leggibile nel caso di una scritta
- della sua visibilità, quindi è necessario posizionarlo in un punto ad alta visibilità, solitamente nell'*header* del sito spostato a sinistra o al centro per una migliore scansione agli occhi dell'utente
- le sue forme e i suoi colori devono riflettersi sull'intero sito

Per la scelta dei colori, devono essere rispettate le scelte cromatiche, considerando questi da un punto di vista tecnico e comunicativo, e adattandoli al tema del sito.

Per il logo di Historycast, sono stati scelti colori neutri e non invadenti come il nero e il marrone per la scritta e il grigio per lo sfondo. Essendo un sito a tema storico, è stata scelta come immagine di logo un frammento del quadro storico "*Il quarto stato*" del pittore italiano Giuseppe Pellizza da Volpedo del 1901.

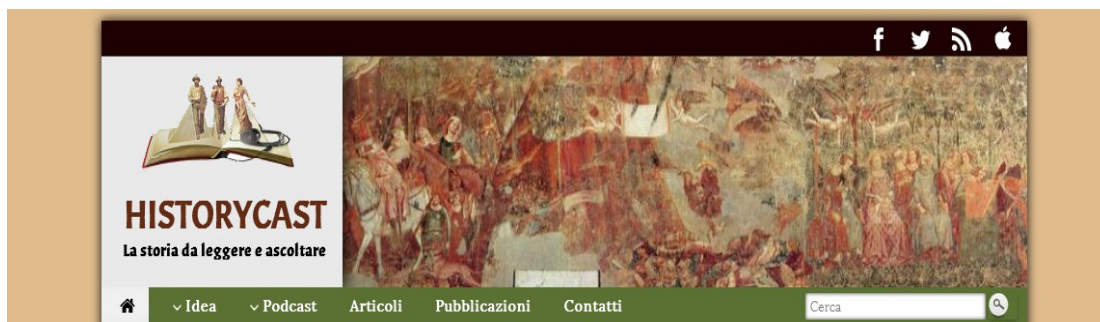


Figura 19. Header del sito con logo posizionato a sinistra.

● FONT

Uno dei problemi tipici durante lo sviluppo del design di un sito web è sicuramente la scelta del font: l'aspetto tipografico è tutt'altro che marginale nel web design, in quanto investe tanto l'estetica quanto la funzionalità (e fruibilità) del progetto che si sta sviluppando. Per il corpo del sito, ma anche per il titolo e sottotitolo del logo, sono stati scelti fonts,

scaricati dalla piattaforma Google Fonts e importando i rispettivi codici di font nel foglio di stile del sito, che si adattassero nel miglior modo possibile al tema del sito (tema come abbiamo detto più volte, storico) e che fossero di facile lettura.

● BARRA DI NAVIGAZIONE E DI RICERCA

Il menu di navigazione in un sito web ha lo scopo di dare una panoramica sull'organizzazione delle pagine perché sarà il primo crocevia decisionale con cui si misurerà l'utente. Ma non solo. Alcuni utenti preferiscono dirigersi immediatamente verso la barra di ricerca diminuendo il tempo di navigazione; è quindi una buona pratica quello di inserire la lente di ingrandimento, simbolo universale di ricerca, o ancora meglio l'intera casella subito pronta all'uso.



Figura 20. Barra di navigazione e di ricerca del sito Historycast

● BARRA DEI SOCIAL E NON SOLO

I social network di solito sono riportati in alto nell'header del sito, spesso con icone di piccole dimensioni. Servono a ricordare all'utente quali sono i social network utilizzati e dove è possibile seguire il lavoro del proprietario del sito. Historycast si avvale dei social Facebook (in cui è presente il gruppo Historycast) e Twitter. Inoltre, all'interno della stessa barra, è possibile trovare non solo le icone dei social, ma anche del feed RSS, con lo scopo di indicare all'utente la possibilità di abbonarsi al feed del sito per seguirne gli aggiornamenti.



Figura 21. Barra in alto dell'header con icone dei social, feed RSS e iTunes

● STRUTTURA DELLA HOMEPAGE: SEZIONI, SLIDER E WIDGET

Per la creazione della *homepage* di Historycast, è stato svolto un lavoro anche a livello di codice PHP del file *index.php*. La sua struttura presenta inizialmente uno *slider* in cui vengono selezionati gli ultimi quattro post pubblicati, con immagine in evidenza, titolo e le prime righe di descrizione del post. Alla destra del sito è stata posta la colonna dei *widget*, ognuno con una sua specifica funzione: per esempio, è presente il widget che visualizzerà

l'ultimo commento fatto da un utente sul social Twitter per Historycast. A livello di codice PHP, sono state create (e quindi non appartenenti al tema genitore scelto) le tre sezioni PODCAST, ARTICOLI e PUBBLICAZIONI, in cui vengono messi in prima pagina gli ultimi pubblicati. La scelta del creare le sezioni, ha come obiettivo quello di anticipare all'utente ciò che ci sarà all'interno del sito.

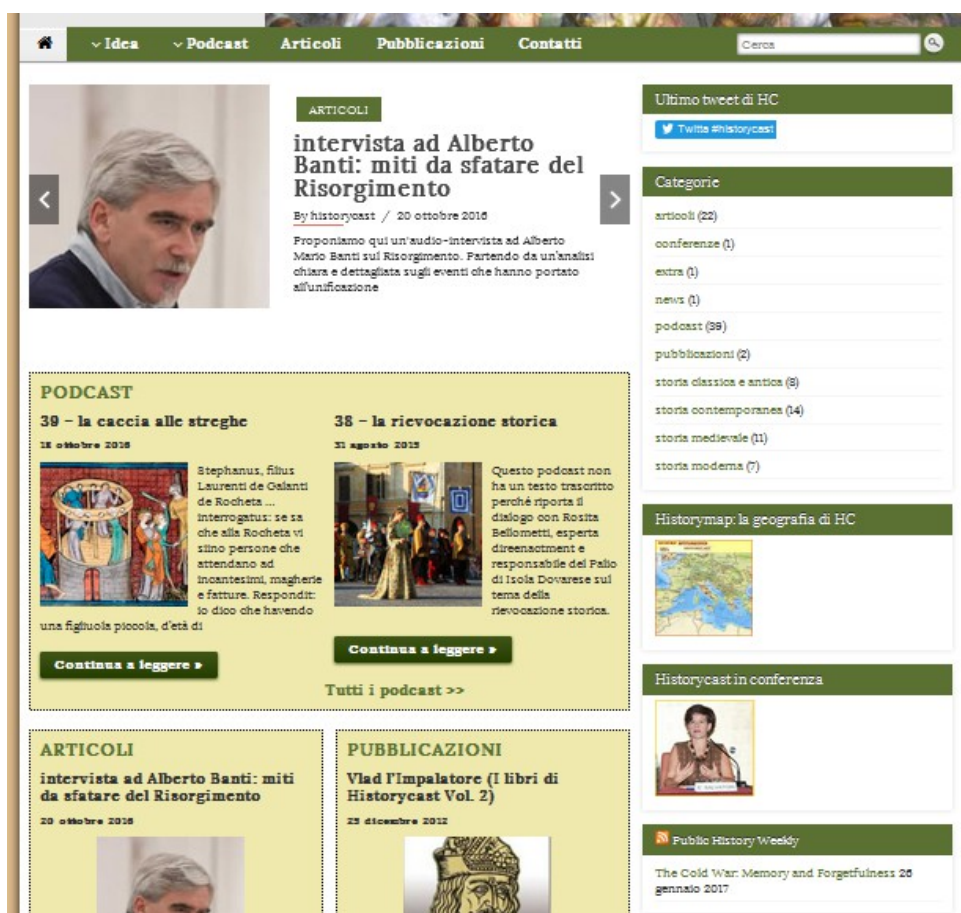


Figura 22. Homepage di Historycast: slider, le tre sezioni e i widget

● FOOTER

Un'altra componente che un sito web presenta è il *footer*, ovvero quella parte del sito che solitamente si trova a piè di pagina, con la funzione di contenere informazioni come la privacy o il copyright. Il footer del sito Historycast ha copyright, informazione sulla realizzazione del sito (realizzato con WordPress) e i due loghi dell'Università di Pisa e del Laboratorio di Cultura Digitale

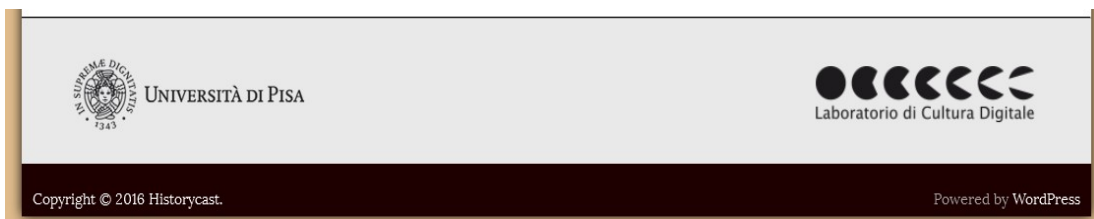


Figura 23. Footer di Historycast

● PAGINA SINGOLA DI UN POST

Historycast contiene al suo interno non solo podcasts audio accompagnati da un testo che va a descriverne i contenuti, ma anche articoli, libri e informazioni sul podcast e sul progetto.

Ad esempio, la pagina singola di un podcast contiene:

- titolo del podcast
- informazioni sulla pubblicazione (categoria di appartenenza, data, autore)
- un'immagine in evidenza di rappresentazione
- l'audio del podcast
- pulsanti di condivisione dei social Facebook e Twitter
- testo descrittivo del podcast
- bibliografia e musiche impiegate per il podcast e testo

« 38 – la rievocazione storica » intervista ad Alberto Banti: miti da sfatare del Risorgimento »

39 – la caccia alle streghe

podcast, storia moderna di historycast | 18 ottobre 2016

Stephanus, filius Laurenti de Galanti de Rocheta ... interrogatus: se sa che alla Rocheta vi sūno persone che attendano ad incantesimi, magherie e fatture. Respondit: io dico che havendo una figliuola piccola, d'età di mesi trenta, ch'era amalata e per sanarla mi fu riferito da molte persone che Giacomina, moglie d'Antonino Galanti, sapeva guarire queste creature, le quali erano state guaste da streghe e, sospettando che detta mia figlia ... fusse stata guasta, fui necessitato chiamare detta Giacomina in casa mia ..., e così detta Giacomina vene in casa mia e visitò detta mia figlia e disse ch'era stata guasta e la liberò et essa Giacomina

Figura 24. Pagina singola di un podcast

● RESPONSIVE

Un aspetto molto importante nello sviluppo di un sito web è il *Responsive Web Design*; tale termine indica una serie di tecniche web per la creazione di siti che si possano adattare automaticamente ai dispositivi con i quali il sito stesso viene visualizzato (ad esempio computer con monitor a diverse risoluzioni, smartphone, tablet), riducendo la necessità per l'utente di ridimensionare lo schermo e/o di scorrere il contenuto delle pagine. Un sito web reponsive deve quindi riadattare i propri contenuti, creando layout diversi per i vari elementi presenti sulla pagina, riorganizzando e ridimensionando automaticamente tutte le sue parti, come ad esempio il menu che spesso si sviluppano orizzontalmente e che andranno eventualmente riposizionati in verticale.

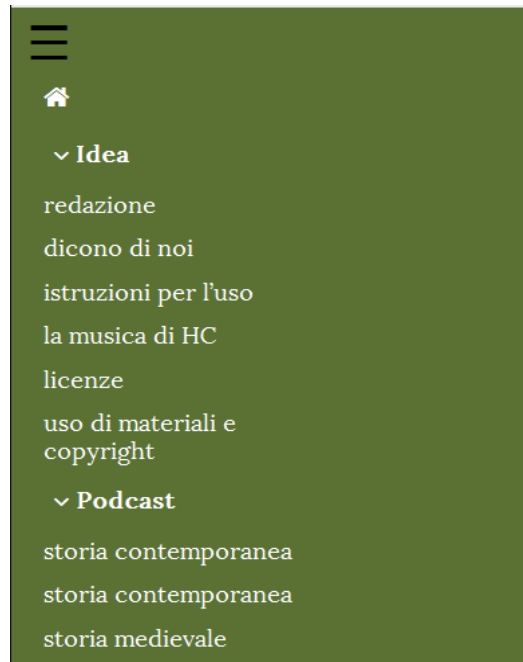


Figura. 25. Menu verticale del sito responsive Historycast

● PLUGIN: ADVANCED CUSTOM FIELDS

Per migliorare sia dal punto di vista grafico che di funzioni un sito in WordPress, quest'ultimo offre dei software aggiuntivi scaricabili online, che hanno proprio lo scopo di ampliare o estendere le funzionalità originarie di un tema: i *plugin*. Uno dei plugin utilizzati per la realizzazione del sito Historycast di maggior rilievo è il plugin *Advanced Custom Fields*; quest'ultimo ha lo scopo di rendere disponibile un'interfaccia grafica chiara e flessibile nel *backend* del CMS per gestire campi personalizzati per tutte le tipologie di custom post type, di file multimediali e di utenti. Per il progetto Historycast questo plugin è stato utilizzato per la visualizzazione del podcast audio e per scrivere la bibliografia e le musiche impiegate in un post.



Figura 26. Custom Fields per podcast, bibliografia e musiche impiegate

Creare un nuovo campo è molto semplice: i campi sono raccolti per gruppi che si creano tramite la familiare interfaccia di WordPress; creato un gruppo, al suo interno possono essere inseriti tutti i campi desiderati. La prima operazione da compiere è quella di dare un nome al campo. In base a questo nome il plugin creerà anche uno *slug* (denominato “nome del campo”) privo di tutti i caratteri non consentiti nel codice che ci verrà proposto alla linea successiva (ma che potremo sempre modificare). Tramite un menu a tendina potremo scegliere la tipologia di campo, una scelta che determinerà anche quali voci dovremo compilare successivamente.

Il secondo passo è quello di indicare a quali tipologie di oggetti di WordPress va allegato questo gruppo di campi. È possibile combinare più regole che indicano il post type, le pagine (anche per un singolo template), il ruolo dell’utente, o i media files. Questo semplifica di molto il lavoro dello sviluppatore, che non dovrà più preoccuparsi di inserire tutto il codice necessario per aggiungere i campi per ciascuna delle diverse tipologie di contenuti.

Location ▲

Condizioni

Crea una o più condizioni per determinare quali post type faranno uso di questi campi personalizzati

Mostra questo gruppo di campi se

Categoria del post ▼

è ugua ▼

podcast ▼

e

○

Aggiungi una regola al gruppo

Figura 27. Scelta delle tipologie di oggetti ai quali va allegato un gruppo di campi

Bibliografia

- Matteo Duni, *Le streghe e gli storici, 1986-2006: bilancio e prospettive*, in «Non lasciar vivere la malefica». *Le streghe nei trattati e nei processi (secoli XIV- XVII)*, a cura di D. Corsi e M. Duni, Firenze, SUF Press, 2007, pp. 1-18
- Carlo Ginzburg, *I benandanti*, Torino, Einaudi, 1966
- Luisa Muraro, *La Signora del gioco. La caccia alle streghe interpretata dalle sue vittime*, La Tartaruga, 1977

Musiche impiegate

- Coro de monjes de la Abadía de Saint-Pierre de Solesmes, *Dies Irae*, archive.org
- Ensemble la remède de la fortune, *Kyrie Machaut*, archive.org
- Modest Mussorgsky, *Night on Bald Mountain*, musopen.org
- Morning Spy, *Daughters Of History*, soundcloud.com

Figura 28. Risultato finale utilizzando il plugin Custom Fields per Bibliografia e Musiche impiegate

6.3 Il successo di Historycast

Era l'anno 2010 quando Historycast vinse il premio EPA¹ (“*European Podcast Award*”) come miglior podcast italiano, perché seppe distinguersi per i suoi contenuti significativi e originali, ma soprattutto per il successo che raggiunse grazie al numero dei download (25 puntate pubblicate online, ciascuna con oltre 20 mila download) da utenti non solo in Italia ma sparsi in tutto il mondo.

I dati statistici che il servizio di hosting Libsyn fornisce, sono una prova di come negli anni Historycast non abbia perso la propria originalità sia a livello di innovazione che di popolarità. Le figure che seguono sono aggiornate al 3 Gennaio 2017, pertanto i dati statistici possono essere soggetti a cambiamenti (aumento del numero dei downloads).

Total Downloads

Search:

| Time Period | Downloads |
|------------------------------|-----------|
| January | 723 |
| December | 9,340 |
| November | 9,924 |
| Before May 19, 2010 (Legacy) | 430,915 |
| After May 19, 2010 | 1,081,002 |
| All Time | 1,511,917 |

Navigation: Page 1 of 1 GO | 10 per Page | Now Displaying 1 - 6 of 6

Figura 29. Numero totale di downloads dal 2010 a Gennaio 2017

¹ Premio EPA: acronimo di “*European Podcast Award*”, è un concorso realizzato con la collaborazione della Olympus aperto a tutti i siti continentali che permettono di scaricare in modo automatico documenti (generalmente audio o video) chiamati appunto podcast.

Geographic Stats

Top Countries

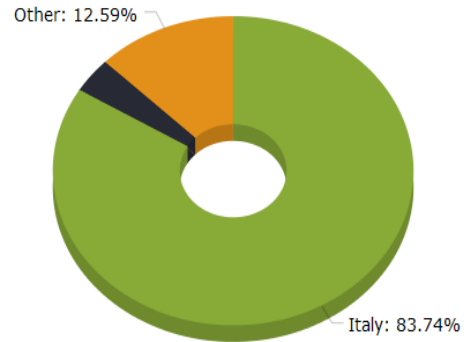


Figura 30. Rappresentazione dei dati statistici tramite grafico, in cui viene mostrata la distribuzione del numero totale di downloads nel mondo in percentuale: 83.74% in Italia, 12.59% in altri paesi, 3.67% negli Stati Uniti

Countries

Search:

| Country Name | Total Downloads | Action |
|----------------|-----------------|----------------------|
| Italy | 905,186 | ZOOM |
| United States | 39,677 | ZOOM |
| Spain | 14,121 | ZOOM |
| France | 13,289 | ZOOM |
| Switzerland | 13,219 | ZOOM |
| Germany | 11,754 | ZOOM |
| United Kingdom | 10,875 | ZOOM |
| China | 9,293 | ZOOM |
| Brazil | 4,980 | ZOOM |
| Other Regions | 4,433 | |

Navigation: Page 1 of 18 GO | 10 per Page Now Displaying 1 - 10 of 175

Figura 31. Tabella di rappresentazione del numero totale di downloads per paese

Downloads by Episode

Search:

| Title | Creation Date | Downloads | | | | Action |
|----------------------------------|------------------------|-----------|----------|----------|--------|---------------------------|
| | | January | December | November | Total | |
| La caccia alle streghe | 2016-10-18 15:18:23 | 100 | 1,180 | 2,091 | 7,217 | # DETAILS |
| 38-La rievocazione storica | 2015-08-31 20:15:52 | 24 | 318 | 379 | 16,571 | # DETAILS |
| 37-L'invenzione della tradizione | 2015-08-24 15:02:24 | 23 | 294 | 263 | 11,631 | # DETAILS |
| Il castello tra pietre e mito | 2015-06-23 08:08:22 | 25 | 262 | 256 | 15,436 | # DETAILS |

Figura 32. Numero totale di downloads per episodio (ultimi quattro episodi)

7. Conclusioni

Attraverso la stesura di questa mia tesi di laurea, ho potuto conoscere e approfondire il concetto di podcasting, e vedere come quest'ultimo si fa spazio sempre di più nel mondo del Web come strumento di informazione e diffusione della cultura. Il podcasting si propone come un qualcosa che si ascolta, si legge, si naviga, e chi decide di usufruirne porta la persona a ritrovare il proprio spazio nel mondo dal punto di vista della comunicazione. Come abbiamo visto nei capitoli precedenti, il fare podcasting ha i suoi vantaggi, che possiamo riassumere in quattro parole chiave: la prima è “automaticità dell’aggiornamento” dato dal fatto che l’utente ha la possibilità di essere sempre aggiornato sui propri podcast preferiti, abbonandosi semplicemente al sito in cui si trovano grazie alla presenza del feed RSS; la seconda è la “fruizione off line” del podcast nel momento dell’ascolto, ma solo in fase di download è richiesta una connessione ad internet; la terza parola è “mobilità”, cioè i file possono essere anche salvati su dispositivi portatili (lettore mp3 o iPod) in modo da poterli ascoltare ovunque; la quarta e ultima parola è “asincronia” ovvero che la compresenza di emittente e destinatario al momento della trasmissione non è necessaria. A questi vantaggi sopra citati, si aggiunge anche la semplicità con cui un podcast viene costruito e gestito, rispetto invece ad una radio o trasmissione via Internet: tutto ciò che serve infatti è un dispositivo con cui registrare gli episodi e un collegamento alla rete per caricare i file; in tal modo ogni utente può creare facilmente il proprio podcast personale tematico con il quale trasmettere le puntate tramite il sistema di podcasting.

Ma il dato più rilevante che caratterizza maggiormente il podcasting è il formato digitale, del mezzo attraverso cui il podcast è diffuso e del modo con cui viene pubblicato. È tramite Internet, che si può venire a conoscenza dell’esistenza di un determinato podcast, ascoltarlo e poi decidere, tramite gli specifici programmi detti “aggregatori”, di abbonarsi alla trasmissione e di essere quindi avvisati automaticamente quando è disponibile un nuovo episodio.

Dal lato utente il mutamento è palese: laddove radio e televisione permettono solo di ascoltare/vedere un programma a una determinata ora, il podcast permette la creazione di un proprio palinsesto personale, attivabile nel momento e nelle circostanze decise dall’utente. Grazie al lavoro che ho svolto per la creazione del sito Historycast, ho avuto la possibilità, oltre che ad ampliare le mie conoscenze tecniche sull’uso di strumenti informatici su come

progettare e creare un sito web, di mettere mano ancora più da vicino sullo strumento podcasting, soprattutto dal punto di vista della sua promozione; un aspetto molto importante, perché grazie alla promozione, un podcaster ha la possibilità di ingrandire l'audience e, di conseguenza, di raggiungere il successo il più velocemente possibile, integrando anche l'uso dei social media per aumentarne la visibilità. La strada più veloce da intraprendere per fare questo è il crearsi un proprio spazio personale e semplice come un sito/blog in cui inserire gli episodi e renderli disponibili a tutti sul Web. Questo tuttavia è solo un primo passo: il podcaster che vuole promuoversi deve essere anche attivo sui social network, usando i linguaggi che ciascun social network richiede.

In conclusione è necessario se non di grande importanza fare un'osservazione sul rapporto che c'è fra ricerca, divulgazione e insegnamento nel mondo di oggi e sulle loro prospettive future. Il legame fra ricerca e insegnamento dovrebbe essere strettissimo, e l'intera struttura scolastica ma anche universitaria dovrebbe favorire ogni tipo di aggiornamento al corpo docenti in un determinato ambito. Ma il problema più grosso al giorno d'oggi è sul discorso divulgativo: oggi la società produce moltissime pubblicazioni di grande prestigio e valore che però non raggiungono un pubblico generale, cioè non specializzato, perché sono di difficile lettura e comprensione; di conseguenza tutto l'ambito della divulgazione viene lasciato ad "altre persone" ovvero i professionisti della comunicazione (giornalisti, registi, documentaristi), i quali possiedono sì tutte le tecniche della comunicazione ma non hanno i contenuti, cioè la preparazione di studi necessari per fare una buona divulgazione. La colpa di ciò non è però del tutto loro, ma spesso e volentieri è anche dei docenti che si accontentano di fare ricerca e non trovano o non vogliono trovare spazio nell'ambito della comunicazione.

Uno dei modi per superare questo scoglio è un'esperienza come quella di Historycast, in cui lo studioso si mette in gioco trovando strumenti autonomi per comunicare determinati contenuti e rivolgendosi ad un pubblico più o meno ampio.

Historycast è quindi un esempio reale di come è possibile comunicare fatti e aspetti di un determinato ambito, in questo caso la storia, in un modo diverso da quello tradizionale, come con il podcasting. Un'idea questa che potrebbe essere vista come un invito a tutti gli studi umanistici ad adottare questa formula comunicativa e innovativa in modo del tutto indipendente, allo scopo di migliorare il rapporto fra una didattica più attiva e gli studenti, di estendere l'ambiente di apprendimento anche al di fuori della struttura scolastica/universitaria e di immaginare quindi il podcast come un momento di apprendimento carico di valori, di condivisione e di spinte motivazionali, e che va considerato nel complesso come una risposta ad un problema reale.

8. Bibliografia

- Gaia, Giuliano, e Boiano, Stefania. 2006. *Il tuo podcast*. Milano, Edizioni FAG, pp. 7-97
- Gambirasio, Simone. 2010. *Ipad. Tutta la magia della nuova rivoluzione Apple*. Milano, Ulrico Hoepli Editore, pp. 129-130
- Traferri, Marco. 2006. *Podcasting che funziona*. Milano, Apogeo
- Venturi, Alessandro. 2006. *Come si fa un podcast*. Milano, Tecniche Nuove, pp. 1-26

9. Sitografia

- Didattica con il web. Blog per una nuova didattica Isis L da Vinci Firenze, *Podcast*, di Giuliano Fantechi, 22 Febbraio 2010
http://blogs.isisdavinci.it/00_didattica_con_il_web/?tag=podcast
- digitalino.com. *Podcast- Le FAQ*, di Toilettecast, Febbraio 2009
<http://www.digitalino.com/toilettecast/faq/faq.html>
- espertoweb. Consulenza e formazione sulle nuove tecnologie, *Cosa sono e come si usano i feed RSS*, di Francesco Leonetti
http://www.espertoweb.it/articolo.php?id_articolo=rss
- Nòva. Il sole 24 Ore, *La seconda vita del podcast*, di Luca Conti, 11 Gennaio 2015
<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/la-seconda-vita-del-podcast/>
- YouMediaWeb- Consulenza e Servizi di Web Marketing. *Come fare podcast su iTunes con Spreaker*
<http://www.youmediaweb.com/come-fare-podcast-su-itunes-con-spreaker/>