

# Le tecnologie raccontate

Pensieri digitali



Contrazione di web-log, diario online



Blog di foto



Gli articoli pubblicati



Videoblog, blog di filmati



**BLOGGER**

L'autore di un blog



**BLOGOSFERA**

Collegamenti (link) ad altri siti o blog



**BLOGROLL**

Insieme dei blog



**MOBLOG**

Pubblicazione del blog da smartphone e tablet



E.L.A.M.E.D.I.C.A

## Vincos

Vincenzo Cosenza, 37 anni

«Dai post nessun incasso ma visibilità e lettori»



«Bloggare nasce dall'esigenza di mettere ordine tra i miei pensieri». L'interesse di Vincenzo Cosenza, 37 anni lucano di origine e romano di adozione, riguarda l'impatto delle tecnologie di rete sulla società. Per lui la blogosfera non ha segreti. Tant'è che tiene un'analisi aggiornata con numeri e curiosità. Le prime sperimentazioni partono nel 1995 quando crea alcune pagine web su GeoCities. «Non pensavo che le mie opinioni interessassero qualcuno, così sono rimasto in attesa a osservare il fenomeno». Nel 2007 acquista il dominio vincos.it. «Il valore di un blog va cercato nei commenti. Perché l'aspetto più sorprendente di un blogger riguarda l'interazione con i lettori. Sono loro ad arricchire i post». Adesso la media giornaliera dei visitatori di Vincos si attesta attorno al migliaio. Il blog non produce incassi. Ma gli torna utile per integrare la sua attività di responsabile della sede romana di Digital PR del gruppo Hill & Knowlton. «Il blog mi fornisce visibilità, anche internazionale, come analista di social media e professionista della comunicazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Catepol

Caterina Policaro, 35 anni

«Un sito da premio Oscar che mi ha cambiato nome»



Da quando è una blogger famosa le capita una cosa buffa: la chiamano Catepol. Come il suo blog. «Incredibile che lo faccia anche mia madre». Lei è Caterina Policaro, 35 anni, calabro lucana trasferita a Potenza per amore. Una laurea in lingue, un master in progettazione e formazione in Rete, esperta di e-learning e tecnologie informatiche. Insegnante. Il blog Catepol 3.0 ha una media di mille visitatori al giorno. «Sono partita nel 2002 con la voglia di condividere quello che so, per essere utile agli altri così come altri sul web sono utili a me». Come molti blogger usa gli AdSense di Google sulle sue pagine. «Mi rendono il costo di gestione del dominio e ogni tanto offro una pizza agli amici. Potrei guadagnare di più, ma non voglio creare contenuti per introiti pubblicitari». Per lei il valore aggiunto è il ritorno d'immagine. Non nega che la sua presenza a convegni e manifestazioni arriva dalla fama di blogger. «Perché qualcuno dal sito vede e legge ciò di cui mi occupo». È stata la prima italiana a ricevere nel 2009 l'Euro Blog Award di Bilbao. È l'Oscar dei blog.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Le storie** In Italia i creatori di diari online sono 1,7 milioni. Ne abbiamo scelti quattro

# La mia vita da blogger nei giorni di Facebook

Il blog, nonostante la concorrenza dei social network, sono in aumento. Nel mondo, secondo gli ultimi dati di BlogPulse, ne esistono 172 milioni. E crescono al ritmo di decine di migliaia al giorno. A idearli e prenderne cura sono i blogger. I cybernauti che, dopo avere aperto un loro sito, lo gestiscono con aggiornamenti quotidiani. Il termine blog deriva dalla contrazione di web-log. Cioè un diario online, da condividere con gli altri abitanti del pianeta Internet attraverso scritti (post). Nel 2010 i blogger del Bel Paese, secondo Liquida, erano 1,7 milioni. «Per avere successo occorre che i blog siano aggregati ai grandi portali di comunicazione — spiega Roberto Casaleggio, esperto in strategie di rete — acquisendo un'identità digitale che investe i social network». Così i blogger, per sopravvivere, devono avere una presenza su Facebook e Twitter. Postare filmati su YouTube e foto su Flickr. Ma un blog fa anche guadagnare in modo ragionevole, trasformandosi in lavoro? Le quattro storie che abbiamo scelto, diverse tra loro ma con punti in comune, mettono in luce cos'è «una vita da blogger».

Testi di Umberto Torelli  
corriere@UmbertoTorelli.com



Fonte: Blogbabe settembre 2011

E.L.A.M.E.D.I.C.A

## MasterNewMedia

Robin Good, 53 anni

«Dieci milioni di clic e la pubblicità di Google»



Successo e business. Questo significa MasterNewMedia per Robin Good, romano 53enne. Lo scorso anno il suo blog ha visto transitare 10 milioni di visitatori unici. Da tutto il mondo. Dal 2005 a oggi gli ha fatto incassare quasi un milione di euro dalla pubblicità di Google. E tolte tasse, spese di gestione e costo dei collaboratori, rimane un bel gruzzolo. «Ho cominciato in sordina nel 1998, frustrato e insoddisfatto dal sistema lavoro del Bel Paese, inviando una newsletter ai miei clienti». Così Robin mette in piedi MasterNewMedia, un web magazine in quattro lingue. Adesso conta 50 mila abbonati fissi. Oltre al blog leggono news e informazioni distribuite quotidianamente su Facebook, Twitter, LinkedIn e YouTube. Ma il web ha cambiato anche il suo stile di vita. In casa niente tivù, né giornali. Via telefono e fax dall'ufficio. «Non uso il cellulare come mezzo principale di comunicazione, perché non mi piace essere interrotto mentre scrivo». Pe raggiungere basta una email. Purché concisa. Per parlargli in viva voce controllate se appare su Skype.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Minimarketing

Gianluca Diegoli, 43 anni

«Seimila fan su Twitter e la libertà del web»



Gli piace scrivere di un settore serio come il marketing, ma con un tocco di ironia. Ed è convinto che sia questo modo di postare articoli a decretare il successo di Minimarketing. Gianluca Diegoli, ferrarese di 43 anni, è un bocconiano doc. Lavora nel marketing online da tempi non sospetti. Nel 1996 era dirigente in una grande azienda di telecomunicazioni, ma la voglia di esplorare il web ha avuto il sopravvento. «Ho cominciato a scrivere online di marketing e comunicazione perché vedevo che i media tradizionali erano ingessati». Poco propensi a recepire i cambiamenti. Il blog piace subito. Parla di problemi importanti in modo semplice. Nel tempo l'idea viene premiata. Adesso il ritorno dei lettori si attesta attorno a 20 mila visite al mese. Con un buon numero di follower (li chiama così) dai social media: 10 mila via feed RSS, 6 mila tra «cinguettii» di Twitter e Facebook. E in questa frenesia di scrittura, quali hobby coltiva Gianluca? «E chi ha tempo? Quando non sono attaccato al computer per aggiornare il sito viaggio in treno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La recensione di Paolo Ottolina

Con Belle foto e video «a sfioro»

A breve Nokia mostrerà i frutti dell'accordo con Microsoft, ovvero i primi smartphone con Windows Phone 7. Nel frattempo però lo sviluppo di Symbian, lo storico sistema operativo messo in ombra dal successo di iOS/iPhone e Android/Google, si rinnova e migliora. Finalmente, verrebbe da dire. La mancata evoluzione di Symbian è stata per Nokia negli anni scorsi la fonte di molti dei suoi guai. In pochi mesi però Symbian ha recuperato terreno. A inizio estate è uscita la versione Anna (tutte le nuove release hanno nomi di donna), che ha rinnovato la grafica e introdotto diverse migliorie. Ora arriva Symbian Belle, sui nuovi Nokia 700 e 701 (nella foto, che abbiamo testato). Con Belle, Symbian diventa un sistema che ha



poco da invidiare ai concorrenti. Il numero di desktop può essere gestito a piacere dall'utente (fino a 6), ognuno con uno sfondo personalizzato. I widget, le «finestrelle» attive (per email, calendario, social network, eccetera), non hanno più una dimensione fissa: ne guadagnano estetica e usabilità. In alto c'è una barra delle notifiche, simile a quella di Android. E tutto il sistema è più reattivo e scattante, grazie anche all'hardware del Nokia 701 che ha un processore da 1 Ghz e 512 MB di Ram. Il 701 rinnova i punti forti di Nokia: ottimi materiali, parte audio-video di livello (ottima la musica, gira video Hd 720p, foto a 8 Megapixel con flash potente ma manca purtroppo l'autofocus), ricezione inappuntabile, Nokia Maps (migliorate) con guida vocale gratuita. Il display da 3,5 pollici è di qualità ma la risoluzione si ferma a 640 x 360 pixel. Unita a un browser non all'altezza di quello iPhone o Android non aiuta a navigare con facilità. E lo store di applicazioni non è ricco quanto quello di altre piattaforme. C'è una chicca però: il 701 ha integrata la tecnologia Nfc (Near Field Communication, vedi pagina a fianco) e basta sfiorare un altro telefono con Nfc per trasferire foto o video. O per far partire la riproduzione di un brano su un altoparlante esterno Nfc (Nokia ne lancerà uno a breve). L'uso è facilissimo e davvero efficace.

Nokia 701  
Prezzo di listino: 329 €  
Giudizio: ●●●●●  
malditech.corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA