

NORME EDITORIALI BLOG GIANO PH

1. Gli articoli devono avere le seguenti proprietà:
 - a. Massimo 1500 parole
 - b. Bibliografia 3 titoli
 - c. Sitografia 3 collegamenti esterni
 - d. Abstract 200 parole
 - e. 3 parole chiavi
 - f. 1 immagine priva di diritti, orientamento orizzontale 1200 Pixel

Cos'è la scrittura digitale?

La **scrittura digitale** è il modo in cui si scrive per i media digitali: siti web, blog, social network, newsletter, podcast, e-book, app... È diversa dalla scrittura tradizionale perché deve adattarsi ai **tempi, ai dispositivi e agli utenti** del mondo online.

Caratteristiche principali

Ecco cosa distingue la scrittura digitale:

1. **Chiarezza e sintesi**
Il lettore digitale è impaziente: cerca risposte veloci. Frasi brevi, paragrafi compatti e titoli chiari sono fondamentali.
2. **Struttura a "piramide rovesciata"**
Le informazioni più importanti vengono messe all'inizio, poi si scende nei dettagli.
3. **Scansione visiva**
Usare **elenchi puntati, grassetto, sottotitoli** aiuta l'occhio a "scansionare" il testo rapidamente.
4. **SEO-oriented**
Nei contenuti per il web, è importante tenere conto della **SEO** (Search Engine Optimization): usare parole chiave, titoli efficaci, link interni ed esterni per migliorare la visibilità su Google.
5. **Tono e voce adatti al canale**
Scrivere per Instagram non è come scrivere per un blog aziendale o un podcast: bisogna adattare il tono (informale, tecnico, emotivo...) al pubblico e al contesto.
6. **Interattività**
Nei testi digitali spesso si usano **link, call to action (CTA)**, commenti, sondaggi, ecc. La scrittura diventa più **coinvolgente**.

Esempi di scrittura digitale:

- Un **post su Instagram** coinvolgente e breve, con emoji e hashtag.
 - Una **newsletter** con un oggetto accattivante e testi sintetici.
 - Un **copione per podcast** che simula il parlato e intrattiene.
 - Un **articolo blog** ben strutturato con paragrafi chiari e titoli H2/H3.
-

Se vuoi, posso anche aiutarti con:

- linee guida per scrivere per un canale specifico
- esempi pratici (tipo: "come trasformare un testo accademico in un contenuto digitale")
- strategie di content writing e storytelling online

Obiettivo: adattare un testo accademico per il web (o altri formati digitali)

1. Capire il pubblico

Il lettore online **non è uno specialista** (quasi mai). Vuole:

- capire velocemente
- trovare risposte chiare
- non sentirsi "escluso"

Quindi: **niente tecnicismi, frasi lunghe o tono accademico distaccato.**

2. Semplificare il linguaggio

- Frasi brevi, soggetto-verbo-complemento.
- Stop a incisi infiniti, subordinate su subordinate.
- Dai del "tu" o del "voi", se il contesto lo permette.
- Scegli parole **comuni**, senza perdere il senso preciso.

Esempio accademico:

"L'analisi semiotica della produzione iconografica evidenzia un dispositivo discorsivo di matrice ideologica."

Versione digitale:

"Le immagini raccontano una storia: dietro c'è un messaggio, spesso legato all'ideologia del tempo."

3. Cambiare struttura

Testo accademico = lineare e denso

Contenuto digitale = **modulare**, leggibile a colpo d'occhio.

Struttura tipica per il web:

- **Titolo accattivante**
 - **Introduzione breve e coinvolgente**
 - **Paragrafi brevi con sottotitoli (H2, H3...)**
 - **Elenchi puntati**
 - **Citazioni o esempi evidenziati**
 - **Conclusione o call to action**
-

4. Inserire elementi visivi o interattivi

Il digitale ama:

- immagini, infografiche
 - video o audio
 - link di approfondimento
 - box con curiosità o domande retoriche
-

5. Adattare al formato (post, blog, newsletter, podcast...)

Il **contenuto digitale** può essere:

- un **post per social** (Instagram, LinkedIn)
 - un **articolo blog**
 - un **thread X/Twitter**
 - uno **script per video o podcast**
 - un **reel o carosello**
-

Tema classico da saggio universitario:

 "Il ruolo della donna nella propaganda fascista in Italia"

Tema classico accademico

"Nel contesto del regime fascista italiano, la figura femminile venne ideologicamente costruita e veicolata attraverso una sistematica strategia propagandistica, atta a esaltarne la funzione materna e domestica in funzione della riproduzione della nazione. Tale rappresentazione trovava espressione sia nelle campagne visive che nei discorsi ufficiali del regime, contribuendo a definire un modello di femminilità subordinato, conforme ai valori patriarcali e funzionale agli obiettivi totalitari."

Versione digitale (blog o post divulgativo)

Titolo:

Donne e Fascismo: quando la maternità diventava propaganda

Testo:

Durante il ventennio fascista, la figura della donna veniva dipinta in modo molto preciso: madre devota, angelo del focolare, pilastro della famiglia. Ma non era solo una questione culturale: questa immagine era **costruita a tavolino** dalla propaganda del regime.

Attraverso manifesti, film e discorsi pubblici, il fascismo lanciava un messaggio chiaro:  la donna doveva **fare figli per la patria**, crescere piccoli "soldati" e restare al suo posto, dentro casa.

Niente carriera, niente politica, niente autonomia.

Il modello era uno solo: **madre e moglie**.

Una narrazione che serviva a rafforzare il controllo sociale e l'ideologia del regime.

 E oggi? Tante di queste immagini ci sembrano lontane... ma alcune tracce, sottili, resistono ancora.

Se fosse un post Instagram, si potrebbe adattare in carosello; se fosse un podcast, si potrebbe aprire con una domanda provocatoria tipo:

 *"Com'è possibile che un'intera generazione di donne sia stata convinta che il loro unico ruolo fosse fare figli per lo Stato?"*
