

Guida all'uso del modulo Comunicati

CHECK-LIST DI CONTROLLO

- TESTO DEL COMUNICATO** – Redigere in formato word o compatibile. Verificare di aver inserito – dopo il testo principale – le informazioni di supporto necessarie.
- TITOLO** – Deve essere predittivo dei valori e dei contenuti e deve stimolare il visitatore ad entrare nella pagina. Deve essere sintetico: massimo 80 caratteri; 100 caratteri solo in via eccezionale.
- SOMMARIO** – Non deve mai mancare! Deve rafforzare ed estendere il messaggio espresso nel titolo, sia pure mantenendo un elevato grado di sintesi (circa 20-30 parole; non superare i 200 caratteri).
- TEMI o CATEGORIE** – Indicare la categoria principale utilizzando uno dei temi previsto dal piano editoriale del sito. Eventualmente, suggerire una nuova definizione al responsabile del piano.
- ETICHETTE o TAG** – Utilizzare tag pertinenti con i contenuti dell'articolo e fare sempre attenzione alla loro reale presenza all'interno del testo. Non usare tag identici alle definizioni delle categorie.
- AUTORE** – Indicare sempre nel caso di contenuti assertivi e/o di qualità. Evitare la citazione quando l'informazione è dedicata a generici annunci di avvenimenti o attività. In questi casi meglio usare la fonte.
- FONTE** – Attenzione a rispettare il diritto d'autore. Usare nei casi previsti dalla normativa di legge. Inoltre, usare la fonte quando l'indicazione dell'autore perde di significato per la genericità e la non assertività della comunicazione.
- DATA** – Indicare la data di pubblicazione del comunicato.
- IMMAGINE ASSOCIATA** – Predisporre immagine di proporzioni e dimensioni adeguate. Rapporto ideale larghezza/altezza 16/9, o compreso tra 16/8 e 16/9. Dimensione ideale larghezza-altezza pixel: 960 x 540. Usare formati jpg oppure png. In alternativa fornire delle precise tracce, anche indicando un link, riguardo alla natura e alle caratteristiche dell'immagine/foto che si desidera inserire.
- DIDASCALIA IMMAGINE ASSOCIATA** – Se necessario, scrivere un breve testo (massimo 120 caratteri).
- CORRELAZIONI** – Segnalare le correlazioni da creare con il materiale informativo già pubblicato. Verificare opportunità, necessità e grado di attinenza.
- CONDIVISIONE** – Nel caso si disponga di una pagina Facebook, segnalare l'opportunità di attivare la condivisione (link) del comunicato con il social media.
- FILMATO YOUTUBE OPZIONALE:** Se necessario, indicare il link YouTube.
- MASSIMA EVIDENZA DI HOME PAGE** – Segnalare opportunità di evidenziare il comunicato, indicando possibilmente la data di rimozione.
- LISTA COMUNICATI IN EVIDENZA** – Segnalare opportunità di evidenza, indicando possibilmente la data di rimozione.