

# Indice

- 5 *Indice*
- 9 **Presentazione**  
*Renato Balduzzi*
- 11 **Introduzione**  
*Alessandro Nanni Costa*
- 15 **Introduzione**  
*Maria Linetti*
- 17 **Prefazione**  
*Elisabetta Zuanelli*
- 21 **La struttura relazionale e tecnica del Progetto**
- 23 **La struttura relazionale e tecnica del Premio**

## PARTE I

### **Il Progetto *Moltiplica la vita***

- 29 Capitolo 1  
**Dall'idea progettuale allo sviluppo**  
*Elisabetta Zuanelli*

1.1. La piazza partecipativa/interattiva, 29 – 1.2. I *social network* e il sito, 35 – 1.2.1. La costruzione graduale della piazza virtuale, 35 – 1.2.2. Fa-

cebook e Twitter, 37 – 1.3. Accessibilità e usabilità, 39 – 1.4. Metodologie collaterali: manuali e linee guida, 40 – 1.5. “Un premio per la tua storia”, 40 – 1.6. Osservazioni conclusive, 40. — APPENDICI. I. Manuale utente (M.S. BUSICO), 42: 1. La Redazione e i ruoli, 42 – 2. La gestione della Redazione, 43 – 2.1. L’attività dell’Autore, 43 – 2.2. La struttura del sito, i livelli e i modelli di pagina, 58 – 2.3. Storia di una persona con galleria di immagini, 62 – 2.4. L’attività dell’Editore (Publisher), 64. II. Schemi, linee guida e livelli redazionali (P. POMATI), 71: 1. Aree, menu e sottomenu, 71 – 2. Livelli redazionali, 72 – 3. Campionatura, 72. III. Classificazioni dei materiali multimediali (F. VANNUCCHI, C. LARDO e P. POMATI), 92. IV. La *netiquette* (G. COGLIANDRO), 96: 1. La *netiquette*, 96 – 2. La *netiquette* nei *social network*, 97. V. *Search Engine Optimization* (S. RUBINI), 100: 1. Contenuti delle pagine web e motori di ricerca, 100 – 1.1. Obiettivo: come farsi trovare, 100 – 1.2. Come raggiungere l’obiettivo, 101 – 2. Corretto utilizzo dell’HTML, 101 – 3. Contenuti validi oltre che originali, 102 – 4. Utilizzo di *Sitemap*, 103 – 5. Grado di rilevanza (*ranking*) delle pagine, 104 – 5.1. Collegamenti da e verso altri siti, 104 – 5.2. Numero di accessi e statistiche, 105

## 107 Capitolo 2

### **Donazione e trapianto nel Web: una ricerca sul Web sentiment**

*Elisabetta Zuanelli (dir. scient.), Eva Carducci,  
Giovanna Cogliandro, Cristiana Lardo, Paolo Pomati,  
Chiara Proietti, Francesca Vannucchi*

1. Osservazioni introduttive (E. ZUANELLI), 107 – 2. Introduzione al concetto di *web reputation*: note metodologiche e soluzioni  *mash-up* (P. POMATI), 110 – 2.1. Il concetto di *web reputation*, 110 – 2.2. Gli strumenti, 111 – 2.3. Il  *mash up*, 112 – 3. La ricerca della donazione nel Web: dati di tendenza (C. PROIETTI), 113 – 3.1. Premesse d’analisi, 113 – 3.2. Come leggere i dati, 114 – 3.3. Il caso di studio: a) trapianto, 116 – 3.4. Il caso di studio: b) donazione, 121 – 3.5. Il caso di studio: c) cellule, 125 – 3.6. Il caso di studio: d) organi, 128 – 3.7. Il caso di studio: e) tessuti, 132 – 3.8. Il caso di studio: f) donazione cellule, 134 – 3.9. Il caso di studio: g) donazione organi, 136 – 3.10. Il caso di studio: h) trapianto organi, 137 – 3.11. Il caso di studio: i) trapianto cellule, 139 – 3.12. Il caso di studio: j) Centro Nazionale Trapianti, 140 – 3.13. Il caso di studio: k) CNT, 142 – 3.14. Il caso di studio: l) *Donation* (termine straniero), 143 – 3.15. Il caso di studio: m) *Transplantation* (termine straniero), 147 – 4. La donazione nei *social network* (E. CARDUCCI e G. COGLIANDRO), 150 – 4.1. La donazione in Facebook, 150 – 4.2. Il primo trapianto di rene su Facebook, 153 – 4.3. La donazione su Twitter, 154 – 5. I materiali multimediali e testuali nel Web: un’analisi quantitativa e qualitativa sui video e i testi realizzati in tema di donazione (F. VANNUCCHI), 158 – 5.1. L’analisi quantitativa, 158 – 5.2. L’analisi qualitativa, 159 – 6. I testi nel Web (C. LARDO), 165 – 7. Osservazioni conclusive e ottimizzazione (E. ZUANELLI), 168 – 7.1. Google

Trends, 168 – 7.2. Facebook e Twitter, 170 – 7.3. I materiali nel Web: YouTube e siti, 171

## 173 Capitolo 3

### **L'andamento e lo sviluppo del Progetto**

*Elisabetta Zuanelli (dir. scient.), Eva Carducci,  
Giovanna Cogliandro, Cristiana Lardo, Paolo Pomati,  
Chiara Proietti, Saverio Rubini, Francesca Vannucchi*

1. *E-participation* e comunicazione “virale”: andamento e sviluppo del Progetto “Moltiplica la Vita” (E. ZUANELLI), 173 – 2. Area sito: la redazione e i servizi, 176 – 2.1. Pagine web: tipologia, quantità, aspetti redazionali (C. LARDO e P. POMATI), 176 – 2.2. Sezioni multimediali (F. VANNUCCHI), 179 – 2.2.1. Attività di ricerca e di redazione, 179 – 2.2.2. Procedure tecniche della lavorazione multimediale, 185 – 2.3. Servizi interattivi (C. LARDO), 186 – 3. Area attività *social*, 187 – 3.1. Facebook (E. CARDUCCI), 187 – 3.1.1. Analisi dei dati *Insight*, 187 – 3.1.2. Considerazioni sull’aumento del bacino d’utenza, 189 – 3.1.3. Analisi dei post, 190 – 3.2. Twitter (G. COGLIANDRO), 193 – 3.2.1. Analisi dati e post, 193 – 3.2.2. Valutazione della pagina Twitter, 194 – 3.2.3. Propositi sull’aumento del bacino d’utenza, 194 – 4. Dati sito, 195 – 4.1. Andamento Google motore: risultati a seguito dell’implementazione del sito (C. PROIETTI), 195 – 4.2. Il sito: *log in* e pagine più richieste (S. RUBINI), 202 – 4.2.1. Fornitore, modalità di controllo, periodo d’indagine, 202 – 4.2.2. Valori e andamento degli accessi dal 7 maggio al 6 giugno 2012, 203 – 4.2.3. Valori e andamento degli accessi dal 27 maggio al 26 giugno 2012, 205 – 4.2.4. Valori e andamento degli accessi dal 28 giugno al 28 luglio 2012, 208 – 4.2.5. Valori e andamento degli accessi dal 29 luglio al 28 agosto 2012, 210 – 4.2.6. Valori e andamento degli accessi dal 29 agosto al 28 settembre 2012, 213 – 4.2.7. Valori e andamento degli accessi dal 29 settembre al 28 ottobre 2012, 217 — APPENDICE. Post di Facebook: analisi e indice di gradimento (E. CARDUCCI e G. COGLIANDRO), 220

## PARTE II

### **Le testimonianze, il Premio, le storie**

## 227 Le testimonianze

1. Una vita ne può salvare sette (J. DE VILLE DE GOYET), 229 – 2. La cultura della vita (F. DEL GIUDICE), 231 – 3. Giornalisti come *story teller* (F. MARABOTTO), 233 – 4. La scienza supera le paure (G. NOVELLI), 235 — 5. Il cuore batte moltiplicato (M. PERRONE), 237 – 6. I bambini di oggi sono i

donatori di domani (F. PROCACCIO), 239 – 7. Un *golden retriever* inesperto (P. QUARTULLO), 241 – 8. Vivere la vita con i talenti che si hanno (G. REMUZZI), 243 – 9. Senza aspettarsi ricompense (U. RICCARELLI), 245 – 10. La vita che moltiplica la vita (P. STRATTA), 247

## 249     “Un premio per la tua storia”

1. “Un premio per la tua storia” (C. LARDO), 249 – 2. Capii che cosa vuol dire “morire di crepacuore”. Ma Superbimbo ce l’ha fatta (A. GENNARO), 251 – 3. Un grazie per sempre (F. SAVASTA), 255 – 4. Il mirto per la vita che mi hai dato (G. MACCIONI), 257 – 5. Asia (C. SOLIGO), 259 – 6. Giovane cavaliere (L. MAZZERI), 261 – 7. Il dono (F.M. ZIMMARDI), 263 – 8. Ci vuole cuore per vivere. Il trapianto è vita (G.G. RIZZO), 267 – 9. Grazie, Ludovico! (ANNA), 269 – 10. Ciao, Nik! (S. GUARNIERI), 271 – 11. La storia di una rinascita (C.A. MAFFEO), 273 – 12. La vita attesa (Associazione Italiana Trapiantati di Fegato), 277 – 13. *What makes the difference?* (I. GARDINI), 279 – 14. *Agamà*. La vita cambia (L. MAZZERI), 281