

ICDL ONLINE ESSENTIALS



ICDL DIGITAL STUDENT

ICDL – Online Essentials

Area di Riferimento: ICDL Digital Student

ICDL - International Certification of Digital Literacy - è il nuovo nome per il programma ECDL, che riflette la natura globale delle competenze digitali, la rapida evoluzione della tecnologia e, soprattutto, sottolinea il suo valore internazionale e il nostro impegno per la qualità. Attraverso questo Programma, AICA vuole evidenziare la sua “missione culturale” di associazione no-profit che ha accompagnato la storia dell'ICT italiano fin dalle sue origini.

ICDL Digital Citizen è un insieme di moduli destinati a sviluppare le proprie abilità digitali di base; è una proposta dedicata a tutti per vivere pienamente la cittadinanza digitale. ICDL Digital Citizen ne favorisce l'apprendimento con un approccio semplice e per tutti.

Il modulo ICDL OnLine Essentials è orientato all'acquisizione di competenze e concetti di base per navigare in rete, ricercare informazioni, comunicare online e gestire la posta elettronica, e consente di prepararsi al conseguimento della certificazione “ECDL/ICDL OnLine Essentials”.

Autore: Mario R. Storchi

Copyright © 2020 AICA – Associazione Italiana per l'Informatica e il Calcolo Automatico & Edizioni Manna s.r.l.

www.aicanet.it, www.icdl.it, www.aicadigitalacademy.it www.edizionimanna.com



Sommario

Introduzione	6
1 Concetti di navigazione in rete	7
1.1 Concetti fondamentali.....	7
1.1.1 Comprendere i termini: Internet, World Wide Web (WWW), Uniform Resource Locator (URL), collegamento ipertestuale (hyperlink).....	7
1.1.2 Capire come è strutturato l'indirizzo di un sito web. Identificare i tipi più comuni di domini, quali geografici, aziendali (.org, .edu, .com, .gov)	8
1.1.3 Capire cosa è un browser e saper indicare il nome dei browser più comuni	9
1.1.4 Identificare diverse attività su Internet, quali ricerca di informazioni, acquisti, formazione, pubblicazione, e-banking, servizi della pubblica amministrazione, intrattenimento, comunicazione	9
1.2 Sicurezza	10
1.2.1 Conoscere le diverse modalità per proteggersi quando si è online: effettuare acquisti da siti web noti e di buona reputazione, evitare la comunicazione non necessaria di informazioni personali e finanziarie, scollegarsi dai siti web	10
1.2.2 Definire il termine "crittografia"	10
1.2.3 Saper identificare un sito web sicuro: https, simbolo del lucchetto	10
1.2.4 Definire il termine "certificato digitale"	11
1.2.5 Identificare le possibilità di controllo dell'uso di Internet, quali supervisione, limitazioni alla navigazione sul web, limitazioni agli scaricamenti	11
2 Navigazione sul web	12
2.1 Uso del browser.....	12
2.1.1 Aprire, chiudere un'applicazione di navigazione in rete (browser)	12
2.1.2 Inserire una URL nella barra degli indirizzi e raggiungerla.....	12
2.1.3 Aggiornare una pagina web, interrompere il caricamento di una pagina web.....	13
2.1.4 Attivare un collegamento ipertestuale	13
2.1.5 Aprire una pagina web in una nuova scheda, in una nuova finestra	13
2.1.6 Aprire, chiudere schede, finestre. Passare da una scheda ad un'altra, da una finestra ad un'altra	14
2.1.7 Navigare tra pagine web: indietro, avanti, pagina iniziale (home page)	14
2.1.8 Visualizzare gli indirizzi già visitati, usando la cronologia	15
2.1.9 Compilare, inviare, svuotare un modulo online	15
2.1.10 Utilizzare uno strumento web per tradurre una pagina web, del testo	16
2.2 Strumenti e impostazioni	17
2.2.1 Impostare la pagina iniziale/home page di un browser	17
2.2.2 Comprendere il termine "pop-up". Consentire, bloccare i popup	18
2.2.3 Comprendere il termine "cookie". Consentire, bloccare i cookie	19
2.2.4 Utilizzare le funzioni di guida in linea disponibili.....	20



2.2.5	Mostrare, nascondere le barre degli strumenti del programma. Ripristinare, minimizzare la barra multifunzione	20
2.2.6	Eliminare la cronologia, i file Internet temporanei, i dati salvati per la compilazione automatica dei moduli	21
2.3	Segnalibri.....	22
2.3.1	Creare, eliminare un segnalibro	22
2.3.2	Visualizzare i segnalibri.....	22
2.3.3	Creare, eliminare una cartella di segnalibri. Inserire pagine web in una cartella di segnalibri	22
2.4	Contenuti dal web	23
2.4.1	Scaricare file dal web e salvarli in una unità	23
2.4.2	Copiare testi, immagini, URL da una pagina web a un documento, e-mail	23
2.4.3	Visualizzare l'anteprima di stampa, stampare una pagina web o una selezione della pagina web, utilizzando le opzioni di stampa disponibili	24
3	Informazioni raccolte sul web.....	25
3.1	Ricerca.....	25
3.1.1	Sapere cosa è un "motore di ricerca" e saper indicare i nomi dei motori di ricerca più comuni	25
3.1.2	Effettuare una ricerca utilizzando una parola chiave, una frase.....	25
3.1.3	Affinare una ricerca utilizzando funzioni di ricerca avanzate, quali per frase esatta, per data, per lingua, per formato e tipo di fonte.....	27
3.1.4	Effettuare una ricerca in una enciclopedia, dizionario sul web.....	29
3.2	Valutazione critica	29
3.2.1	Comprendere l'importanza di valutare criticamente le informazioni online. Comprendere lo scopo di diversi tipi di siti, quali informazione, intrattenimento, opinioni, vendita	29
3.2.2	Individuare i fattori che determinano la credibilità di un sito web, quali autore, riferimenti, aggiornamento del contenuto	30
3.2.3	Riconoscere l'adeguatezza delle informazioni online per un determinato tipo di pubblico	31
3.3	Copyright, protezione dei dati.....	31
3.3.1	Definire i termini copyright, proprietà intellettuale. Comprendere la necessità di riconoscere le fonti e/o di richiedere l'autorizzazione all'uso quando necessario.....	31
3.3.2	Conoscere i principali diritti e obblighi di chi detiene i dati, secondo la legislazione sulla protezione dei dati personali in Italia	31
4	Concetti di comunicazione.....	33
4.1	Comunità online.....	33
4.1.1	Comprendere il concetto di comunità online (virtuale). Identificarne degli esempi, quali siti web di reti sociali, forum Internet, conferenze web, chat, videogiochi online	33
4.1.2	Illustrare le modalità con cui gli utenti possono pubblicare e condividere contenuti online: blog, microblog, podcast, immagini, audio e videoclip	34
4.1.3	Conoscere le modalità con cui proteggersi durante le attività nelle comunità online: definire le impostazioni di privacy in modo adeguato, limitare la disponibilità delle informazioni personali, usare messaggi privati quando è opportuno, disattivare le informazioni di geolocalizzazione, bloccare/segnalare utenti sconosciuti	34

4.2	Strumenti di comunicazione	35
4.2.1	Comprendere il termine “IM” (Instant Messaging).....	35
4.2.2	Comprendere i termini “SMS” (Short Message Service), “MMS” (Multimedia Message Service)	35
4.2.3	Comprendere il termine “VoIP” (Voice Over Internet Protocol)	36
4.2.4	Riconoscere il modo migliore di utilizzare la comunicazione elettronica: essere accurati e sintetici, indicare con chiarezza l’oggetto della comunicazione, non rivelare dettagli personali se non necessario, non diffondere materiale inappropriato, eseguire un controllo ortografico sul contenuto	36
4.3	Concetti della posta elettronica	37
4.3.1	Comprendere il termine “e-mail” e conoscere i suoi impieghi principali	37
4.3.2	Capire come è strutturato un indirizzo di posta elettronica	37
4.3.3	Essere consapevoli dei possibili problemi durante l’invio di file allegati, quali limiti alle dimensioni del file, limitazioni sui tipi di file	38
4.3.4	Illustrare la differenza tra i campi “A”, “Copia conoscenza” (Cc), “Copia nascosta” (Ccn) e comprenderne l’utilizzo più adeguato	38
4.3.5	Essere consapevoli della possibilità di ricevere messaggi fraudolenti o non richiesti. Essere consapevoli del rischio di infettare il computer attraverso messaggi di posta elettronica	39
4.3.6	Comprendere il termine “phishing”	39
5	Uso della posta elettronica	40
5.1	Invio di un messaggio.....	40
5.1.1	Accedere ad un account di posta elettronica	40
5.1.2	Comprendere lo scopo principale delle cartelle standard di posta elettronica: Posta in arrivo, Posta in uscita, Posta inviata, Posta eliminata/Cestino, Bozze, Indesiderata/Spam	40
5.1.3	Creare un nuovo messaggio	41
5.1.4	Inserire uno o più indirizzi di posta elettronica, liste di distribuzione, nei campi “A”, “Copia conoscenza” (Cc), “Copia nascosta” (Ccn).....	41
5.1.5	Inserire un titolo adeguato nel campo “Oggetto” e inserire, copiare testo nel corpo del messaggio	42
5.1.6	Aggiungere, eliminare un file allegato al messaggio	42
5.1.7	Inviare un messaggio con o senza priorità	43
5.2	Ricevere un messaggio	43
5.2.1	Aprire, chiudere un messaggio.....	43
5.2.2	Usare le funzioni “Rispondi” e “Rispondi a tutti” e identificare i casi in cui dovrebbero essere utilizzate.....	44
5.2.3	Inoltare un messaggio	45
5.2.4	Aprire, salvare un allegato su un disco	45
5.2.5	Visualizzare l’anteprima di stampa di un messaggio, stamparlo usando le opzioni di stampa disponibili	46
5.3	Strumenti e impostazioni	47
5.3.1	Usare le funzioni disponibili di Guida in linea del programma	47
5.3.2	Mostrare, nascondere le barre degli strumenti. Minimizzare, ripristinare la barra multifunzione	47
5.3.3	Creare e inserire una firma testuale in un messaggio.....	47
5.3.4	Attivare, disattivare una risposta automatica di assenza dall’ufficio.....	48



5.3.5	Riconoscere un messaggio come letto, non letto. Marcare un messaggio come non letto, già letto. Marcare, smarcare un messaggio di posta elettronica	48
5.3.6	Creare, eliminare, aggiornare un contatto, una lista di distribuzione	49
5.4	Organizzazione dei messaggi.....	51
5.4.1	Aggiungere, eliminare colonne delle intestazioni della posta in arrivo, quali mittente, oggetto, data	51
5.4.2	Cercare un messaggio per mittente, oggetto, contenuto	51
5.4.3	Ordinare i messaggi per nome, data, dimensione.....	52
5.4.4	Creare, eliminare una etichetta/cartella di posta. Spostare messaggi in una etichetta/cartella ...	52
5.4.5	Eliminare un messaggio. Recuperare un messaggio eliminato	53
5.4.6	Svuotare il cestino/cartella posta eliminata	54
5.4.7	Spostare un messaggio, togliere un messaggio dalla posta indesiderata/spam	54
5.5	Uso dei calendari.....	55
5.5.1	Creare, eliminare, aggiornare una riunione in un calendario	55
5.5.2	Aggiungere invitati, risorse ad una riunione in un calendario. Eliminare invitati, risorse da una riunione in un calendario	57
5.5.3	Accettare, rifiutare un invito.....	58

INTRODUZIONE

Le competenze digitali sono necessarie per la nostra vita personale e professionale. **ICDL** ha progettato un programma di certificazioni riconosciute a livello internazionale, articolato secondo gli interessi e le esigenze di studenti, lavoratori, professionisti e, in generale, di tutti i cittadini che desiderano usare in modo consapevole e adeguato gli strumenti digitali e le loro applicazioni.

Questo manuale fa riferimento all'area **ICDL Digital Student**, caratterizzata da un insieme di moduli dedicati al mondo della Scuola, con una particolare attenzione agli istituti comprensivi, primari e secondari di primo grado. In particolare, il manuale **ICDL Online Essentials** vi guida nell'acquisizione delle conoscenze e delle competenze essenziali relative alla navigazione web, all'efficace ricerca di informazioni, alla comunicazione online ed alla gestione della e-mail, come specificato nel *syllabus* **ICDL Online Essentials**.

Un computer è uno strumento per la produttività individuale. Anche "sconnesso" serve per elaborare dati, per scrivere testi, per produrre presentazioni, per realizzare disegni, per progettare, per gestire archivi di testi, dati, immagini. Collegato in rete permette di accedere a informazioni e dati presenti su altri computer e di comunicare con altre persone, di condividere con queste dati e informazioni. Un computer connesso in rete "apre" al mondo, migliora la produttività individuale e agevola la collaborazione e la produttività collettiva. Questa apertura espone, ovviamente, ad una serie di "pericoli" che un computer isolato non corre.

Il modulo Online Essentials offre le basi per lavorare in rete con efficacia e in sicurezza. Permette di comprendere i concetti principali in materia di navigazione web, di ricerca delle informazioni, di comunicazione e di sicurezza online. Fornisce sicurezza nell'uso del browser, nella valutazione delle informazioni, nel rispetto del copyright e nella protezione dei propri dati. Aiuta a comprendere gli strumenti di comunicazione e gli ambienti di comunità in rete, le loro potenzialità e i relativi pericoli. Permette di acquisire le conoscenze e le abilità necessarie per gestire efficacemente la posta elettronica e i calendari condivisi. Come gli altri moduli ECDL/ICDL è stato sviluppato con il contributo degli utenti, di esperti e professionisti informatici provenienti da tutto il mondo. Questo processo assicura la rilevanza e la completezza dei contenuti del modulo.

Al termine di questo modulo il candidato sarà in grado di:

- Comprendere i concetti della navigazione web e della sicurezza online;
- Utilizzare il browser web e gestire le impostazioni del browser, i segnalibri, e i risultati delle ricerche web;
- Ricercare efficacemente le informazioni online e valutare criticamente i contenuti web;
- Comprendere gli aspetti chiave del copyright e della protezione dei dati;
- Comprendere i concetti di comunità online, comunicazioni ed e-mail;
- Inviare, ricevere e-mail e gestire le impostazioni per la posta elettronica;
- Organizzare e ricercare messaggi di posta elettronica e utilizzare i calendari.

Lo Staff "AICA Digital Academy"

1 Concetti di navigazione in rete

1.1 CONCETTI FONDAMENTALI

1.1.1 Comprendere i termini: Internet, World Wide Web (WWW), Uniform Resource Locator (URL), collegamento ipertestuale (hyperlink)

Il termine Internet nasce dalla fusione di due parole inglesi: *INTER*connected e *NET*works, che in italiano significano “reti interconnesse”. **Internet è, infatti, un insieme di reti di computer sparse in tutto il mondo e collegate tra loro** tramite linee telefoniche e altri mezzi di trasmissione, in modo da poter comunicare l’una con l’altra, ricevendo e inviando dei dati.

In informatica il termine “rete” indica un sistema di collegamento tra due o più computer o dispositivi elettronici di altro tipo (ad es. smartphone, tablet, ecc.), che permette alle persone che utilizzano uno qualsiasi di quei dispositivi di sfruttare non solo le risorse del proprio apparecchio (vale a dire le applicazioni e i dati presenti su esso), ma anche quelle condivise degli altri computer, dispositivi ed eventuali periferiche (ad esempio stampanti o unità di memoria) che sono collegati in rete. Per fare un esempio: se nel computer di un mio amico è presente un documento e il mio PC è collegato a quel computer, in assenza di eventuali restrizioni poste dal mio amico, posso visualizzare quel documento, anche se materialmente esso non è presente nel mio PC.

Così come è possibile collegare due computer, è possibile collegarne dieci, cento o mille: in ogni caso quella che si realizza in questo modo è sempre una rete. Internet mette in comunicazione tra loro centinaia di migliaia di reti, piccole o grandi che siano, ed è perciò anche chiamata la *rete delle reti* o, più sinteticamente, la *Rete*, con la «R» maiuscola.

Chi ha vissuto l’avventura di collegarsi a Internet nella prima metà degli anni Novanta, sa che essa era molto diversa da quella che è oggi, già nell’aspetto esteriore: le pagine web contenevano, infatti, solo testi in bianco e nero. L’introduzione dei colori, delle animazioni e dei suoni è stata resa possibile solo dall’invenzione e dalla diffusione del **World Wide Web**.

Il World Wide Web è una **tecnologia che permette di vedere colori e immagini in movimento, nonché di sentire suoni, sui dispositivi che sono collegati a una rete**. Viene chiamato anche *Web* oppure *WWW* (dalle iniziali di World Wide Web).

L’**URL** (da “Uniform Resource Locator”; sign. “localizzatore uniforme di risorse”) è una sequenza di caratteri che indica l’indirizzo elettronico delle diverse pagine web (e anche delle eventuali immagini e degli altri oggetti in esse contenute) presenti su Internet. È più noto come *indirizzo web* oppure *indirizzo Internet* e consiste nella stringa di caratteri che bisogna digitare per collegarsi a un sito; ad es. www.google.com www.edizionimanna.it <http://dyn.com> ecc.

Il **collegamento ipertestuale** o **link** (sign. “collegamento”) o **hyperlink** (sign. “collegamento ipertestuale”) è una connessione ad altri documenti disponibili su Internet. Di solito il collegamento ipertestuale o link appare sullo schermo come una o più parole scritte in blu e/o sottolineate, ma può anche essere nascosto in una illustrazione o comparire in altro modo: il modo migliore per capire se si tratta di un link è passarci sopra il puntatore del mouse per verificare se assume la forma di una piccola mano.

I link fanno della pagina web un *ipertesto*, termine utilizzato per indicare qualsiasi testo consultabile tramite dispositivi elettronici e che offre la possibilità di spostarsi rapidamente da un documento all’altro o da una parte all’altra dello stesso documento cliccando su una parola o su una immagine. In Internet, questo rapido spostamento da un sito all’altro grazie ai link ha fatto nascere l’espressione *navigare*, perché Internet è paragonata per la sua immensa vastità a un oceano sul quale si affacciano una moltitudine di porti (ossia di siti) ed è possibile navigare da un sito all’altro semplicemente cliccando sui link.



1.1.2 Capire come è strutturato l'indirizzo di un sito web. Identificare i tipi più comuni di domini, quali geografici, aziendali (.org, .edu, .com, .gov)

Come abbiamo appena spiegato, ogni *indirizzo web* o *URL* conduce a un documento presente in Internet (per documento intendiamo non solo testo, ma anche immagini, suoni e altro ancora), perché indica in quale parte del mondo si trova il computer nel quale è custodito quel documento.

L'indirizzo web è sostanzialmente la “traduzione” in lettere di un indirizzo numerico (detto *indirizzo IP*) formato da una sequenza di quattro numeri compresi tra 0 e 255 e separati l'uno dall'altro da un punto: ad es. 160.78.33.101 oppure 159.149.195.192

L'indirizzo web di un documento è formato fondamentalmente da due parti: **protocollo** e **nome del sito**. Il protocollo indica le istruzioni necessarie per comunicare con il computer dove è materialmente memorizzato il sito web.

Per essere più chiari esaminiamo, parola per parola, l'indirizzo web che corrisponde a un famoso quotidiano: <http://www.corriere.it>

- **http** è l'abbreviazione di *Hyper Text Transfer Protocol* (sign. “protocollo per il trasferimento di ipertesti”) e indica al computer (o altro dispositivo) che stiamo utilizzando le istruzioni per comunicare con il computer dove è materialmente contenuto il sito web che vogliamo vedere (in questo caso quello del giornale *Il Corriere della Sera*). Attenzione: quando si scrive un indirizzo web si può anche omettere l'indicazione *http*, vale a dire che anche scrivendo semplicemente *www.corriere.it* riusciremo a collegarci al sito che ci interessa;
- **www** è invece – come abbiamo detto prima – l'abbreviazione di *World Wide Web*, la tecnica che permette di utilizzare colori, suoni, animazioni;
- *corriere* rappresenta il cosiddetto **dominio di secondo livello**;
- la parte finale dell'indirizzo consiste o in due lettere che indicano la nazionalità del sito (nel nostro caso **it** indica l'Italia) o in tre-quattro lettere che specificano il tipo di sito (**com** per quelli commerciali; **gov** per gli enti governativi; **org** per le organizzazioni; **edu** per le istituzioni educative; **coop** per le cooperative, e così via). Questo è il cosiddetto **dominio di primo livello**.

Un indirizzo web può essere composto da più di due parti. Anche in questo caso, esaminiamo un indirizzo web realmente esistente: <http://www.edizionimanna.com/prodotto/infanzia-violata>.

- Sappiamo già che *http* indica il protocollo, mentre *www.edizionimanna.com* individua il dominio del sito, composto da dominio di secondo (*edizionimanna*) e dominio di primo livello (*com*).
- La terza parte dell'indirizzo web utilizzato come esempio: */prodotto/* (notate che questa parte inizia e finisce sempre con una barra trasversale che va dal basso a sinistra verso l'alto a destra, detta “slash”) ci indica invece il “percorso” (in inglese “path” o “pathname”) che occorre al *server* per localizzare dove si trova il documento che ci interessa. In sostanza, il concetto di “percorso” in un indirizzo Internet non è molto diverso da quello del “percorso” per individuare un file all'interno del disco fisso di un computer personale (come *C:\Utenti\Administrator\Documenti\Calcio.docx*), soltanto che il file internet risiede in un computer distante centinaia o migliaia di chilometri.
- Infine, la quarta parte dell'indirizzo web (*infanzia-violata*) indica il nome del documento del quale abbiamo bisogno.

È possibile che l'indirizzo web sia ancora più lungo. Ciò significa che il *server* (vale a dire il computer nel quale è materialmente conservato il sito web) ha bisogno di maggiori indicazioni per trovare il documento che vogliamo visualizzare.



1.1.3 Capire cosa è un browser e saper indicare il nome dei browser più comuni

Il browser è un'**applicazione che permette di visualizzare i siti web e di navigare in Internet** cliccando sui link presenti nei documenti, oppure digitano l'indirizzo del sito.

I **browser più diffusi** sono *Google Chrome*, *Microsoft Edge*, *Internet Explorer*, *Firefox* e *Safari* (utilizzato soprattutto nei dispositivi prodotti dalla *Apple*).

1.1.4 Identificare diverse attività su Internet, quali ricerca di informazioni, acquisti, formazione, pubblicazione, e-banking, servizi della pubblica amministrazione, intrattenimento, comunicazione

Le attività rese possibili dall'utilizzo di computer o altri dispositivi collegati a Internet sono numerosissime; elenchiamo le principali:

- La **ricerca di informazioni**, facilitata dall'esistenza dei *motori di ricerca* che consentono di cercare quello che interessa attraverso una *chiave di ricerca* costituita da una parola, da una frase, da un nome o da un argomento (ne parleremo nella sezione 3 di questo modulo).
- Il commercio elettronico, in inglese **e-commerce** (la "e" iniziale del termine rappresenta – in questo e nei casi successivi - l'abbreviazione della parola "Electronic"), che consiste nella compravendita di beni e servizi attraverso Internet.
- L'**e-learning**, termine che indica le tecniche di apprendimento e formazione basate sull'utilizzo degli strumenti elettronici e di Internet. Le nuove tecnologie danno più spazio alla creatività e all'interattività degli studenti, che possono accedere a materiale utile per i propri studi e comprendere meglio alcune discipline (ad es. quelle scientifiche e tecniche) attraverso simulazioni multimediali. Inoltre, l'e-learning include anche la formazione a distanza (o FAD) nella quale docente e discente sono fisicamente distanti tra loro.
- L'**e-book** e più in generale le **pubblicazioni digitali**, che possono essere scaricate (a pagamento, oppure gratuitamente) tramite Internet, per essere poi lette su tablet, computer, smartphone o dispositivi specifici detti *e-book reader*. Tramite Internet è possibile leggere le versioni elettroniche delle principali opere letterarie di tutti i tempi, di gran parte di giornali e riviste (alcuni dei quali sono disponibili solo online o presentano su Internet approfondimenti e servizi aggiuntivi), di molti libri in commercio.
- L'**e-banking** che consente ai clienti di una banca di effettuare numerose operazioni tramite Internet, senza doversi recare in filiale.
- L'**e-government** che consiste nei servizi che la pubblica amministrazione offre ai cittadini attraverso Internet: ad es. richiesta di certificati statali, invio delle dichiarazioni dei redditi, ecc.
- Le diverse e innumerevoli forme di **utilizzo di Internet per l'intrattenimento** che vanno dai semplici intrattenimenti online giocati dal singolo utente a giochi di azione, simulazione, abilità o altro, che prevedono diversi partecipanti collegati in quel momento che si sfidano l'un l'altro. Alcuni di questi giochi, soprattutto quelli destinati ai più piccoli, esercitano le capacità logiche e hanno pertanto anche un carattere educativo.
- Le molteplici **possibilità di comunicazione** attraverso una serie di servizi sui quali ci intratterremo più avanti in questo modulo: posta elettronica, social network, forum, chat, videoconferenze, ecc.
- Il lavoro a domicilio effettuato tramite il computer e Internet, più noto come **smart working** o **telelavoro**.

1.2 SICUREZZA

1.2.1 Conoscere le diverse modalità per proteggersi quando si è online: effettuare acquisti da siti web noti e di buona reputazione, evitare la comunicazione non necessaria di informazioni personali e finanziarie, scollegarsi dai siti web

Poiché mette in comunicazione milioni di persone, Internet presenta dei rischi simili a quelli della vita reale, per cui occorre utilizzare il buon senso.

Ad esempio, così come nella vita di ogni giorno non comunicheremmo facilmente a un estraneo dati personali (il nostro numero di telefono, l'indirizzo, il numero della nostra carta di credito, ecc.), quando partecipiamo a comunità virtuali come social network, chat o altro, occorre **evitare la comunicazione non necessaria di informazioni personali o finanziarie** che riguardano noi o persone a noi vicine, perché questo potrebbe essere sfruttato da malintenzionati per forme di molestia, prepotenza o ricatto.

Sempre come nella vita reale, in Internet esistono i tentativi di truffa, per cui bisogna **diffidare di proposte di acquisto o di investimento** particolarmente incredibilmente vantaggiose che possono pervenirci via mail. Si tratta, in diversi casi, di malintenzionati che spesso operano da paesi non raggiungibili dalla giustizia italiana.

In linea generale, è consigliabile **effettuare i propri acquisti in siti web noti e apprezzati** e, in ogni caso, accertarci che questi siti garantiscano la sicurezza delle transazioni, attraverso tecniche di crittografia, certificati digitali e siti web sicuri (di questi argomenti parliamo nei prossimi tre punti).

Quando operiamo in un sito sicuro, dobbiamo in genere identificarci con un nome utente e una password. Per questo motivo, una volta terminata la consultazione e l'eventuale acquisto, occorre **scollegarsi dai siti web** attraverso la procedura di *logout* (è l'operazione con cui si termina un collegamento a un sistema come Internet, posta elettronica, ecc.) o, almeno, chiudendo la pagina web. In caso contrario, chiunque avesse la possibilità di usare il computer o il dispositivo dal quale abbiamo operato, potrebbe usare i nostri dati, compresi quelli di eventuali carte utilizzate per pagamenti.

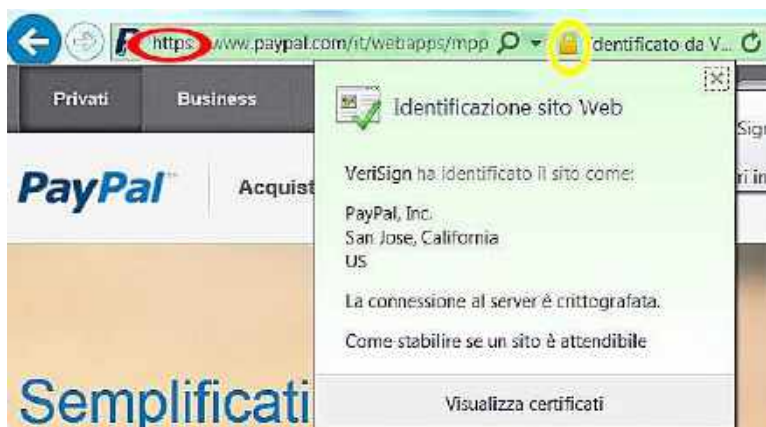
1.2.2 Definire il termine “crittografia”

La segretezza dei dati trasmessi attraverso un collegamento tradizionale a Internet non è mai garantita al cento per cento: diversi accorgimenti tecnici permettono a malintenzionati di leggere quanto scritto da altri.

Per questo motivo, esistono tecniche o applicazioni che **trascrivono i testi con codici segreti noti solo a mittente e destinatario**, in modo da impedire che messaggi o file possano essere letti da persone non autorizzate. Nata per scopi militari, la **crittografia** trasforma, attraverso un procedimento matematico, un messaggio o un file in una sequenza di byte incomprensibile a chi non possiede la “chiave” di decifrazione.

1.2.3 Saper identificare un sito web sicuro: https, simbolo del lucchetto

I siti delle banche o quelli di e-commerce utilizzano la crittografia per garantire la massima riservatezza delle transazioni.



Lo stesso browser (l'applicazione che utilizziamo per navigare in Internet) ci indica se ci troviamo in questi che sono definiti “server sicuri”, facendo comparire nella barra degli indirizzi **l'immagine di un lucchetto** chiuso (evidenziato in giallo nella fig. successiva). Inoltre, nella barra degli indirizzi il nome del sito sicuro non comincia con **http** ma con **https**: la “s” finale è l'iniziale di *secure*, vale a dire “sicuro” (evidenziato in rosso nella fig. a lato).



1.2.4 Definire il termine “certificato digitale”

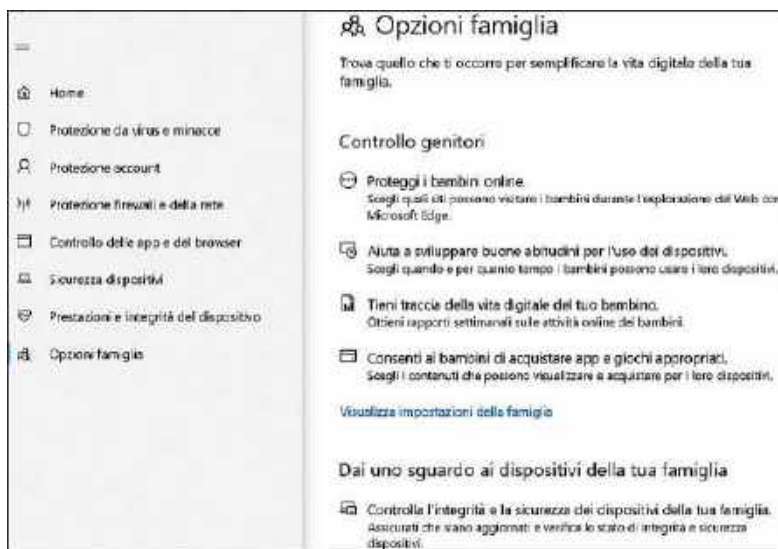
Per assicurare l'autenticità di un sito può essere utilizzato un certificato digitale (in inglese *digital id*) emesso da un'autorità di certificazione che **controlla e garantisce l'identità dell'intestatario del sito web**. In questo modo, è più facile garantirsi da una diffusa forma di “truffa telematica” che consiste in siti che imitano in tutto e per tutto siti famosi (banche, siti di commercio on-line, ecc.) per convincere le persone a digitare in quel sito dati personali e finanziari.

Per visualizzare il certificato digitale, le generalità del sito e l'ente certificatore occorre cliccare sull'icona del lucchetto chiuso che compare nella barra di stato del browser: nella fig. precedente, dopo aver cliccato sul lucchetto compare il riquadro che attesta che la società di certificazione *Verisign* conferma che la proprietaria del sito che stiamo visitando è la *PayPal*).

1.2.5 Identificare le possibilità di controllo dell'uso di Internet, quali supervisione, limitazioni alla navigazione sul web, limitazioni agli scaricamenti

Su Internet è possibile trovare materiale di ogni tipo, compreso ciò che può recare turbamento ai minori. I genitori, o comunque le persone che hanno l'incarico di tutelare minorenni, debbono perciò conoscere gli **strumenti di controllo dell'uso di Internet**. Ad esempio, pressoché tutti i *browser* dispongono di una funzione di *Cronologia* che consente di verificare quali siti sono stati visitati e in quale occasione (ne parleremo al punto 2.1.8).

Windows 10 offre diverse *Opzioni famiglia* che permettono ai genitori di limitare l'accesso a siti a rischio, le ore di utilizzo del computer, l'utilizzo di alcune applicazioni. Per gestirle scriviamo “Opzioni famiglia” nella casella di ricerca di *Windows*. Esistono inoltre appositi software che servono a tutelare i minori da rischi e pericoli presenti su Internet.



Inoltre, specie se si utilizzano connessioni a Internet il cui costo è legato alla quantità di dati scaricata, è possibile e consigliabile impostare tramite il sistema operativo del dispositivo o specifiche applicazioni un **limite allo scaricamento dei dati**, in modo da essere avvisati se questo limite viene superato e impedire ulteriori connessioni.

2 Navigazione sul web

2.1 USO DEL BROWSER

2.1.1 Aprire, chiudere un'applicazione di navigazione in rete (browser)

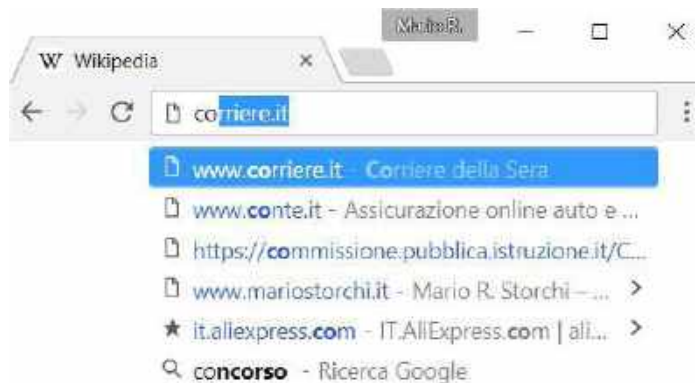
Per **avviare un'applicazione di navigazione** (o browser), basta cliccare sull'icona che lo rappresenta e che troviamo sullo schermo o nei *Programmi* (cui si accede, nei computer basati sul sistema *Windows*, cliccando sul pulsante *Start*).

Per **chiudere il browser** basta cliccare sul pulsante *Chiudi* – che rappresenta una X - collocato nell'angolo superiore destro della finestra, oppure premere contemporaneamente i tasti *Alt* e *F4*.

2.1.2 Inserire una URL nella barra degli indirizzi e raggiungerla

Come abbiamo spiegato (punto 1.1.1), la parola "URL" indica l'indirizzo delle pagine web presenti su Internet ed è più spesso chiamata *indirizzo web* o *indirizzo Internet*.

Per **aprire (o "raggiungere") una URL** si digita nella barra degli indirizzi l'indirizzo web del sito che vogliamo visualizzare e poi si preme *Invio* sulla tastiera. Mentre digitiamo l'indirizzo web del sito, compaiono in basso una serie di suggerimenti (v. fig. a lato): se tra questi c'è il sito che stiamo cercando, possiamo anche cliccare direttamente sul suo nome.



In genere, la pagina web non è abbastanza piccola da poterla vedere interamente sullo schermo, per cui ne vedremo solo la parte superiore. La barra di scorrimento verticale (v. fig. successiva) permette però di farla scorrere sullo schermo per vederne il resto: basta trascinarla, oppure cliccare sulla freccia in basso per far scorrere le pagine verso l'alto o sulla freccia in alto per vedere la parte superiore della pagina. Nel caso la pagina non fosse interamente visualizzabile in larghezza, sarà utilizzabile anche la barra di scorrimento orizzontale (v. fig. successiva), per far scorrere a destra e sinistra la pagina web.





2.1.3 Aggiornare una pagina web, interrompere il caricamento di una pagina web

Alla stessa altezza della barra degli indirizzi, compare il pulsante *Aggiorna* o *Ricarica*, che rappresenta una freccia che gira su se stessa e che serve a **ricaricare la pagina che stiamo visualizzando in quel momento**. ↻

Si utilizza in genere quando una pagina web non è visualizzata completamente (ne mancano alcune parti, ad esempio qualche immagine), oppure se si tratta di una pagina che è costantemente aggiornata (ad esempio una pagina che riporta le quotazioni di borsa in tempo reale, oppure la diretta testuale di un avvenimento sportivo). In alternativa, possiamo premere il tasto *F5* della tastiera.

Se stiamo attendendo il caricamento di una pagina web, al posto del pulsante *Aggiorna* compare il pulsante *Interrompi*, rappresentato da una **X** e che serve a **interrompere il caricamento di una pagina web** se ci accorgiamo che non è quella che ci interessa oppure se il suo caricamento avviene in maniera troppo lenta e intendiamo quindi bloccarlo. Lo stesso risultato lo otteniamo premendo il tasto *Esc* della tastiera.

2.1.4 Attivare un collegamento ipertestuale

Quando si visita una pagina web, spostando il puntatore del mouse questo può cambiare forma, trasformandosi da freccia a manina che indica.

Vuol dire che la parola, l'immagine o il pulsante sul quale si trova in quel momento il puntatore è un *link* o *collegamento ipertestuale* (punto 1.1.1) e che, cliccandoci sopra, ci collegheremo a un'altra parte del documento che stiamo leggendo, oppure a un altro sito o a un'immagine, un video, ecc.

Un link può svolgere anche altre funzioni: ad esempio può servire a spedire un messaggio di posta elettronica, oppure può avviare una ricerca in un archivio di dati o può servire a effettuare un acquisto e così via. Sono dei link anche le pubblicità che compaiono nei siti Internet.

2.1.5 Aprire una pagina web in una nuova scheda, in una nuova finestra

I browser più recenti permettono di visualizzare contemporaneamente più di una pagina web in una nuova scheda della stessa finestra (v. fig. successiva: oltre alla scheda della pagina di *Facebook* visualizzata, appaiono a destra le linguette di altre due schede). In questo modo ci si può spostare da una pagina web all'altra restando all'interno della stessa finestra.



Per **aprire una pagina web in una nuova scheda** basta cliccare sul pulsante *Nuova scheda* che si trova a destra dell'ultima scheda priva di titolo, rappresentato dal segno più (v. fig. precedente), oppure premere contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *T*.

Se stiamo aprendo la nuova pagina web tramite un link, basta cliccare su questo col pulsante destro del mouse per poi scegliere l'opzione *Apri in una nuova scheda*, oppure cliccare sul link tenendo premuto il tasto *Ctrl*.

Se invece preferiamo **aprire una pagina web in una nuova finestra** possiamo, a scelta:

- cliccare sulla scheda e trascinarla fuori dalla finestra del browser: la pagina sarà aperta in una nuova finestra che affiancherà quella precedente;
- cliccare prima sul pulsante del browser che troviamo nella barra delle applicazioni e poi su *Nuova finestra*;
- premere contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *N*.

Se stiamo aprendo la nuova pagina web tramite un link, cliccare su questo col pulsante destro del mouse per poi scegliere l'opzione *Apri link in un'altra finestra*, oppure cliccare sul link tenendo premuto il tasto *Maiusc*.

2.1.6 Aprire, chiudere schede, finestre. Passare da una scheda ad un'altra, da una finestra ad un'altra

Una volta aperte nuove schede, possiamo spostarci da una all'altra cliccando sulla linguetta della scheda che vogliamo visualizzare, oppure premendo contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *Tab*. Per chiudere una scheda clicchiamo sulla **X** che compare alla fine della linguetta, oppure premiamo contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *F4*.

Se abbiamo aperto nuove finestre dovremo spostarci utilizzando la barra delle applicazioni: posizionando il puntatore del mouse sull'icona del browser compariranno le miniature delle diverse finestre che abbiamo aperto. In alternativa, possiamo spostarci premendo contemporaneamente i tasti *Alt* e *Tab*.

Per chiudere le finestre del browser possiamo o cliccare sul pulsante *Chiudi* che troviamo in alto a destra e che rappresenta una **X**, oppure premere contemporaneamente *Alt* e *F4*.

2.1.7 Navigare tra pagine web: indietro, avanti, pagina iniziale (home page)

I due pulsanti che generalmente troviamo subito prima della *barra degli indirizzi* sono particolarmente importanti: *Indietro* (rappresentato da una freccia diretta a sinistra) e *Avanti* (una freccia diretta a destra).

- Il **pulsante Indietro** serve a tornare alla pagina web precedentemente consultata. Ad esempio: vi eravate collegati alla prima pagina di un quotidiano e poi avevate cliccato sul titolo di un articolo per vederne il testo. Adesso volete tornare alla prima pagina del quotidiano: per farlo vi basterà cliccare una volta sul pulsante *Indietro*. A volte il pulsante *Indietro* è indispensabile quando ci si è cacciati in un vicolo cieco: avete ad esempio cliccato su un *link* e vi è comparso un messaggio d'errore perché la pagina web alla quale volevate collegarvi non è disponibile? La soluzione più semplice è proprio quella di tornare alla pagina precedente, cliccando sul pulsante *Indietro*.
- Il **pulsante Avanti** serve, invece, per tornare alla pagina web che avevate visitato immediatamente dopo quella che appare in quel momento sul vostro schermo. Riprendiamo l'esempio che abbiamo fatto: avevate visualizzato la prima pagina di un quotidiano, poi un articolo, poi col pulsante *Indietro* eravate tornati alla prima pagina e adesso volete di nuovo vedere l'articolo? Basta cliccare sul pulsante *Avanti*.

Se preferite utilizzare la tastiera, premete contemporaneamente i tasti *Alt* e *freccia a sinistra* per spostarvi nella pagina precedente, *Alt* e *freccia a destra* per spostarvi in quella successiva.

Ovviamente, cliccando più volte sui tasti *Indietro* o *Avanti* si va rispettivamente indietro o avanti di tante pagine web quanti sono i clic che effettuate e quante sono le pagine che avete visitato prima o dopo quella visualizzata sullo schermo.



Quando avviamo il browser, esso visualizza una pagina iniziale detta anche *home page*.

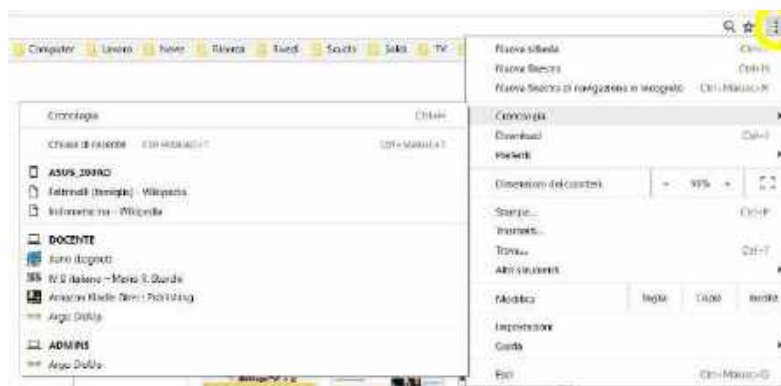
In alcuni browser (ad esempio *Internet Explorer*) è presente per impostazione predefinita il **pulsante *Pagina iniziale*** che quasi sempre rappresenta una casetta (*home page* significa proprio “pagina di casa”) e che consente di tornare alla pagina iniziale.

Nei browser più recenti questo pulsante non è visualizzato, ma possiamo scegliere di farlo comparire nella barra degli indirizzi. Con *Chrome*, clicchiamo su *Personalizza e controlla Google Chrome* (il pulsante in alto a destra) > *Impostazioni* > nella sezione *Aspetto* attiviamo *Mostra pulsante Home*.

2.1.8 Visualizzare gli indirizzi già visitati, usando la cronologia

I browser memorizzano gli indirizzi delle ultime pagine visitate e permettono di consultare questa cronologia.

Se utilizziamo *Chrome*, clicchiamo prima sul pulsante *Personalizza e controlla Google Chrome* nell'angolo superiore destro della finestra (evidenziato nella fig. successiva) e poi su *Cronologia*, per far apparire i **collegamenti alle pagine visualizzate nei giorni e nelle settimane precedenti** (v. fig. successiva). Ancora più rapidamente, è possibile accedere alla cronologia mantenendo premuto i tasti *Indietro* e *Avanti*.



Per visualizzare la cronologia con *Internet Explorer*, clicchiamo prima sul pulsante *Preferiti* (rappresenta una stella) e poi sulla scheda *Cronologia*.

Pressoché tutti i browser permettono di aprire la cronologia anche premendo contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *H* e di effettuare ricerche all'interno della cronologia.

2.1.9 Compilare, inviare, svuotare un modulo online

Tramite Internet è possibile effettuare acquisti di ogni tipo. In questi casi e in altri simili (ad es. una registrazione per accedere a un servizio, una richiesta per effettuare una transazione bancaria, l'iscrizione a un servizio, ecc.) occorre compilare una serie di caselle nelle quali ci sono chieste delle informazioni.

Supponiamo di voler acquistare via Internet il volume che state leggendo. Dopo esserci collegati alla home page del sito della casa editrice clicchiamo sul link *Acquista* (v. fig. successiva).



Nella nuova pagina che si apre (v. fig. successiva) dovremo inserire le informazioni necessarie per procedere all'acquisto: il volume e il numero di copie che intendiamo acquistare, il nostro nome, indirizzo, numero di telefono, e-mail. Alla fine, premendo sul tasto *Invia* potremo confermare il nostro ordine.

The screenshot shows a web form for purchasing books. At the top, there's a title 'Acquista' and a button labeled 'Invia'. Below this, there's a paragraph explaining the purchase process. Then, there's a table with columns 'Descrizione', 'Unitaria', 'Qty', and 'Cassa'. The first row shows 'I NUOVI TERRORI' with a unit price of € 30,00 and a quantity of 0. The second row shows 'ESCALIERE NUBI / VEDUTA, OFFICE 2013/2014' with a unit price of € 23,00 and a quantity of 0. Below the table, there's a field for 'Contributo alle spese di spedizione €'. Then, there's a field for 'Importo totale €'. Below this, there's a paragraph explaining the shipping and delivery process. Then, there are fields for 'Nome e cognome', 'Indirizzo', 'Città', 'Provincia', 'CAP', 'Stato', and 'Telefono'. At the bottom, there's a large text area for 'Note' and a button labeled 'Invia'.

Nell'esempio proposto, così come in molti moduli che incontreremo in Internet, **l'introduzione di dati nei moduli avviene con diverse tipologie:**

- caselle di testo: nelle quali si inserisce un testo generico, come avviene nei campi destinati a nome e cognome o indirizzo;
- menu contestuali ed elenchi a discesa: presentano una serie di possibili scelte già scritte perché sono in genere fisse (ad es. la provincia nella quale si risiede, oppure l'anno di nascita);
- caselle di controllo: caselle di forma generalmente quadrata che, se attivate, presentano al loro interno un segno di spunta. Un classico esempio è la concessione dell'autorizzazione a trattare i propri dati personali;
- pulsanti di opzione: caselle di forma generalmente circolare che possono essere selezionate solo alternativamente. Un esempio è la scelta di un metodo di pagamento tra diverse opzioni possibili (contrassegno, carta di credito, bonifico bancario), tra le quali è possibile selezionarne solo una;
- nei moduli presenti in Internet spesso troviamo due pulsanti che riportano le scritte *Invia* (o *OK* o *Conferma* o *Spedisci*, oppure altre scritte simili) e *Cancella* (o *Svuota* o *Annulla* o *Reset*, oppure altre scritte simili). Il primo serve a inviare al sito web i dati che abbiamo inserito, il secondo a cancellare tutti i dati immessi nel caso in cui ci rendiamo conto di aver commesso degli errori. È sempre consigliabile rileggere con attenzione i dati inseriti prima di confermare l'invio.

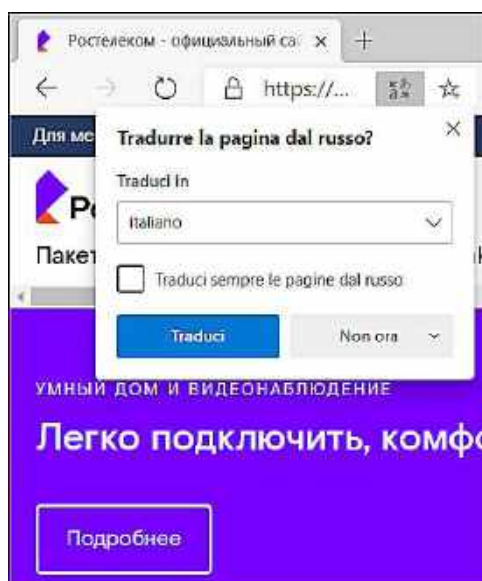
2.1.10 Utilizzare uno strumento web per tradurre una pagina web, del testo

Su Internet sono disponibili milioni di pagine web in lingua italiana, ma miliardi di altre pagine sono in altre lingue, a cominciare dal diffusissimo inglese. Se non conosciamo la lingua straniera di un sito, possiamo comunque utilizzarne le informazioni, utilizzando uno degli **strumenti che permettono la traduzione di una pagina web o di un testo**: siti, funzioni integrate nei browser, applicazioni per dispositivi mobili, ecc.



Attenzione: dal momento che si tratta di **traduttori automatici** che provvedono principalmente a una traduzione parola per parola e che non sono in grado di comprendere le sfumature di una parola, il risultato appare spesso poco soddisfacente, ma è almeno in grado di farci comprendere il senso della frase.

Molti browser offrono la funzione di traduzione automatica che in genere viene segnalata da un riquadro (v. fig. successiva che illustra *Edge*) o comunque si può attivare cliccando prima con il pulsante destro del mouse in un punto vuoto (vale a dire non su un'immagine o su un testo) della pagina web e poi sul comando *Traduci in italiano*.



È possibile tradurre sezioni di testo o intere pagine web anche utilizzando siti specifici che richiedono di copiare il testo o l'indirizzo web della pagina che ci interessa per poi scegliere da quale lingua e in quale lingua effettuare la traduzione. Il più famoso tra questi siti è *Google traduttore* (vi si accede o digitando l'indirizzo *translate.google.it* oppure, dalla pagina principale di *Google*, cliccando nella barra superiore prima su *App Google* e poi su *Traduttore*) che permette anche di ascoltare la pronuncia corretta del vocabolo.

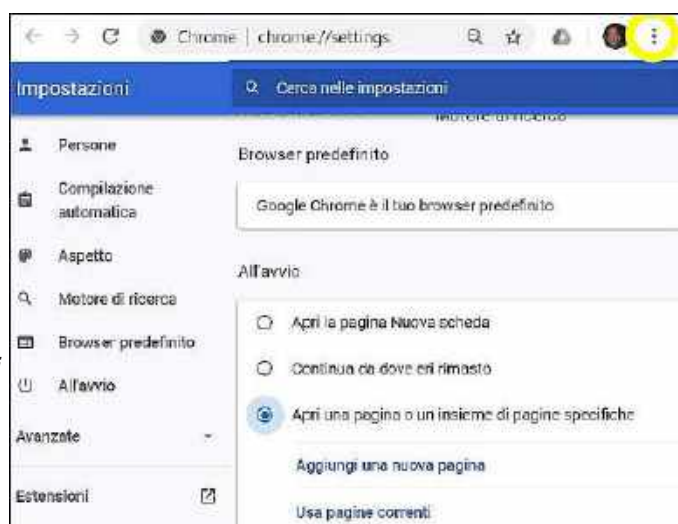
2.2 STRUMENTI E IMPOSTAZIONI

2.2.1 Impostare la pagina iniziale/home page di un browser

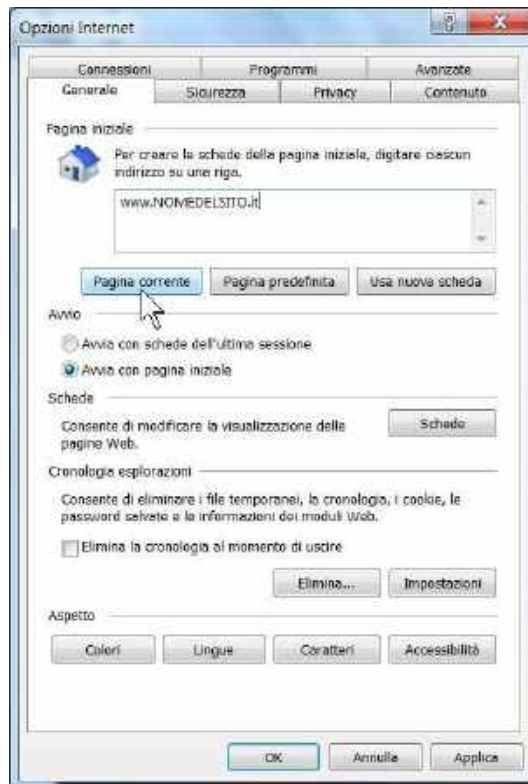
Appena avviato il browser, se siete collegati a Internet, compare una pagina iniziale, detta in inglese *home page*.

La pagina iniziale predefinita è abitualmente quella del produttore del browser che state usando (ad es. *Google* o *Microsoft*). Se ritenete per voi più interessante visualizzare, quando iniziate un nuovo collegamento a Internet, una pagina web che consultate spesso (ad es. quella di un quotidiano, oppure di un motore di ricerca, ecc.), potete farlo seguendo queste semplici istruzioni:

Chrome: Personalizza e controlla Google Chrome (il pulsante in alto a destra, evidenziato nella fig. successiva) > *Impostazioni* > scorrere la pagina in basso sino ad arrivare alla sezione *All'avvio* > *Apri una pagina o un insieme di pagine specifiche* > *Aggiungi una nuova pagina* > digitare l'indirizzo web > *Aggiungi*.



Internet Explorer: *Strumenti* (in alto a destra, rappresenta un ingranaggio) > *Opzioni Internet* > nella scheda *Generale* digitate nell'ampia casella vuota della sezione *Pagina iniziale* l'indirizzo web della pagina che volete appaia per prima ogni volta che vi collegherete a Internet (v. fig. successiva).

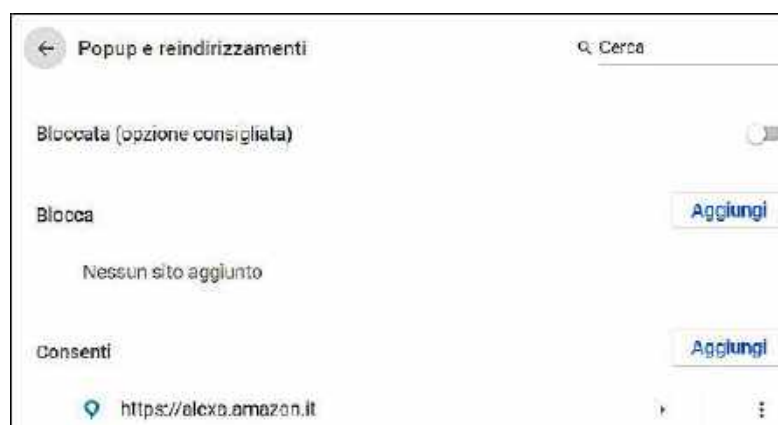


Dopo questa operazione, ogni volta che avvierete il browser esso si collegherà alla pagina da voi prescelta. Se il browser che utilizzate presenta una barra dei menu basterà premere il pulsante *Pagina iniziale* se esso è visualizzato nella barra del browser; il pulsante rappresenta una casetta (*home page* significa proprio "pagina di casa").

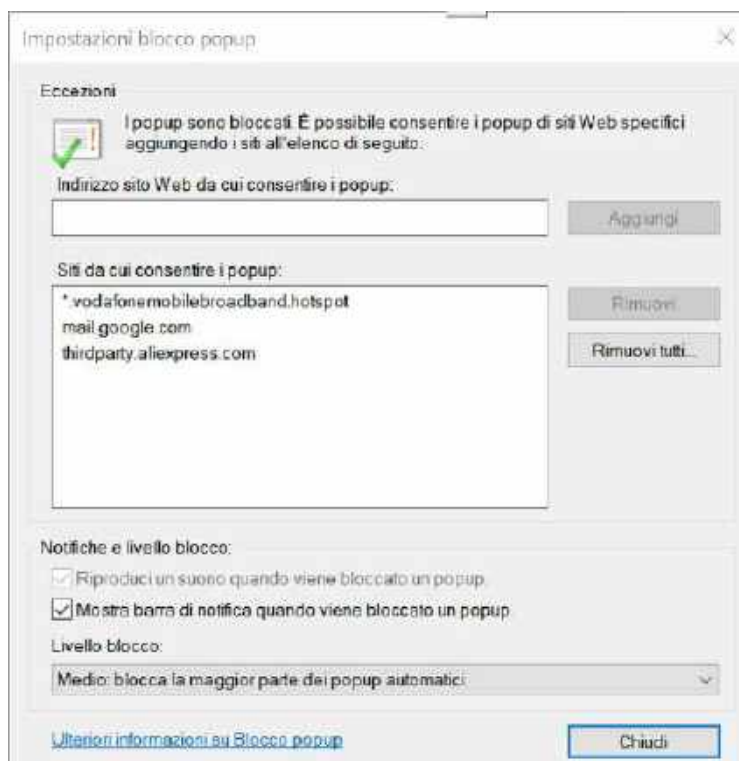
2.2.2 Comprendere il termine "pop-up". Consentire, bloccare i popup

I *popup* (o *pop-up* o *pop up*) sono dei **riquadri che si sovrappongono alla pagina web che stiamo visualizzando**. In questi riquadri sono solitamente contenute delle pubblicità, fastidiose per la navigazione anche perché a volte occupano il centro dello schermo, per costringere l'utente a visualizzarle. In altri casi, però, i *popup* contengono informazioni indispensabili per poter correttamente navigare nel sito: è il caso dei siti di alcune banche. Occorre, perciò, **saper consentire o bloccare i popup**.

Chrome: *Personalizza e controlla Google Chrome* > *Impostazioni* > scorrere la pagina sino alla fine e selezionare *Avanzate* per far comparire la sezione *Privacy e sicurezza* > selezionare *Impostazioni sito* > scegliere l'opzione preferita nella sezione *Popup e reindirizzamenti* (v. fig. successiva).



Explorer: *Strumenti > Opzioni Internet > Privacy >* nella sezione *Blocco popup* inserire o togliere il segno di spunta dalla casella *Attiva Blocco popup*. Cliccando sul pulsante *Impostazioni* (che troviamo immediatamente a destra della casella *Attiva Blocco popup*) compare la finestra *Impostazioni blocco popup* nella quale possiamo digitare gli indirizzi di siti web specifici per i quali consentire i popup (v. fig. successiva).

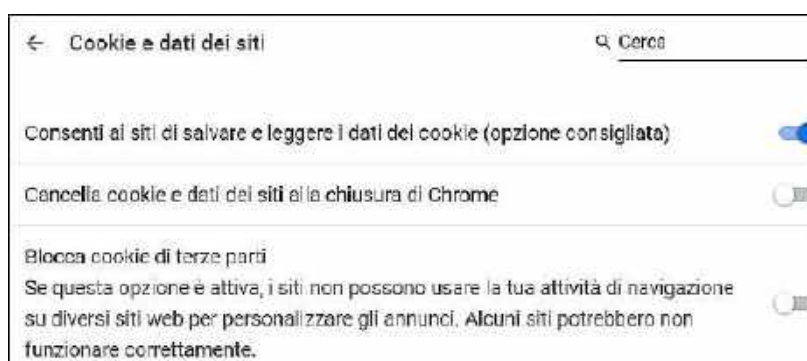


2.2.3 Comprendere il termine “cookie”. Consentire, bloccare i cookie

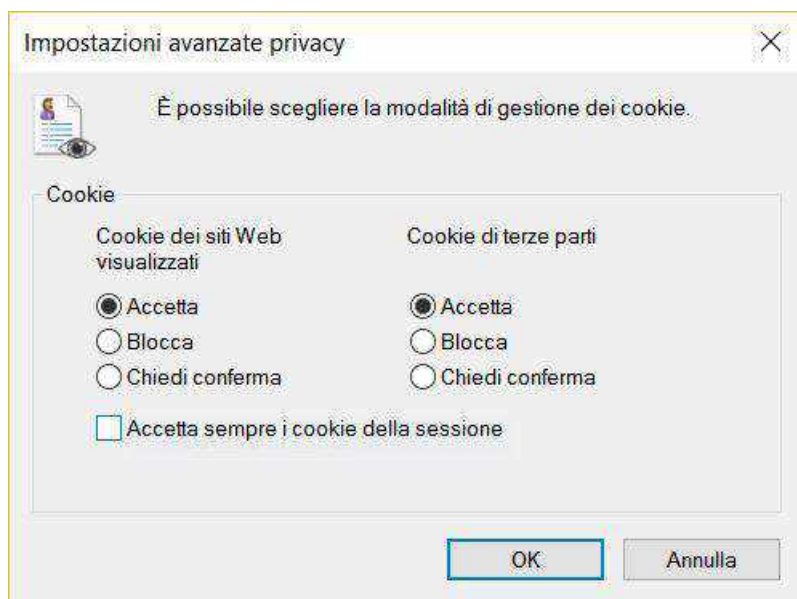
Il cookie è un piccolo file contenente dei dati, creato dal sito Internet al quale ci si collega e registrato sul disco fisso del computer dell'utente. I cookie sono utilizzati dai siti Internet per controllare quante volte uno stesso utente accede a quel determinato sito web, oppure per memorizzare informazioni che possano rendere più semplice la navigazione di una persona all'interno dello stesso sito: rappresentano cioè le tracce dei vostri percorsi sul web. Alcuni cookie contengono informazioni legate all'utente specifico, quali determinate password (per non reinserirle ogni volta che ci si ricollega a un sito) o le preferenze dell'utente riguardo alla configurazione dei servizi offerti dal sito.

In tal senso, il cookie in sé non è da considerarsi pericoloso, ma è da valutare come possibile fastidio o pericolo l'uso che ne possono fare i proprietari dei siti web, per cui occorre sapere come consentirli o bloccarli dalle impostazioni del browser.

Chrome: *Personalizza e controlla Google Chrome > Impostazioni > Avanzate >* nella sezione *Privacy e sicurezza* selezionare *Impostazioni sito > Cookie e dati dei siti* > attivare o disattivare l'opzione *Consenti ai siti di salvare e leggere i dati dei cookie* (v. fig. successiva).



Internet Explorer: Strumenti > Opzioni Internet > Privacy > nella sezione *Impostazioni* cliccare su *Avanzate* per aprire la finestra *Impostazioni avanzate privacy* nella quale è possibile scegliere tra diverse opzioni (v. fig. successiva). Cliccando, invece, sul pulsante *Siti* (immediatamente a sinistra di *Avanzate*) compare la finestra *Gestione della privacy per sito* nella quale possiamo digitare gli indirizzi di siti web specifici per i quali desideriamo bloccare oppure consentire sempre l'utilizzo dei cookie.



2.2.4 Utilizzare le funzioni di guida in linea disponibili

Nella maggior parte dei browser, premendo il tasto *F1* si accede a una *guida in linea* nella quale è possibile – quando si è collegati a Internet – **cercare informazioni sul funzionamento del browser**, in genere digitando uno o più termini in un apposito riquadro oppure scegliendo man mano tra gli argomenti che sono elencati.

2.2.5 Mostrare, nascondere le barre degli strumenti del programma. Ripristinare, minimizzare la barra multifunzione

Chrome non presenta alcuna barra degli strumenti, per riservare il massimo spazio possibile alla visualizzazione dei siti che visitiamo. Si accede alle diverse opzioni del programma cliccando sul tasto che compare in alto a destra e che rappresenta tre puntini collocati in verticale. A quel punto è, ad esempio, possibile scegliere se visualizzare la barra dei preferiti nella quale sono presenti collegamenti rapidi ad alcune pagine web.

Anche le più recenti versioni di *Explorer* non mostrano la barra dei menu, ma in questo caso basta premere il tasto *Alt* per visualizzarla. A quel punto, scegliendo prima *Visualizza* e poi *Barre degli strumenti*, comparirà un sottomenu contenente cinque opzioni, che possono essere selezionate o deselezionate:

- la prima di esse, *Barra dei menu* determina la presenza o meno della barra dei menu contenente le voci *File*, *Modifica*, *Visualizza*, *Preferiti*, *Strumenti*, ? ;
- *Barra Preferiti* fa comparire sotto la barra degli indirizzi un'altra barra nella quale sono presenti collegamenti rapidi ad alcune pagine web;
- *Barra dei comandi* determina la presenza o meno della barra dei comandi contenente le icone *Pagina iniziale*, *Feed RSS*, *Leggi posta*, *Stampa* e i menu *Pagina*, *Sicurezza*, *Strumenti* e *Guida*;
- l'opzione *Barra di stato* stabilisce se mostrare o nascondere la barra che si trova ai piedi della finestra di *Internet Explorer* e nella quale appaiono informazioni sulle operazioni in svolgimento o su elementi selezionati, oltre alla percentuale di ingrandimento o riduzione dello schermo;
- l'opzione *Blocca barre degli strumenti* serve a impedire involontarie modifiche apportate alle barre degli strumenti passandoci sopra col mouse. Deselezionando questa opzione sarà nuovamente possibile modificare posizione e dimensioni delle barre.

Oltre a queste barre, possono esservene altre installate da alcune applicazioni, mentre non esiste la *barra multifunzione* presente nei programmi del pacchetto *Office*.

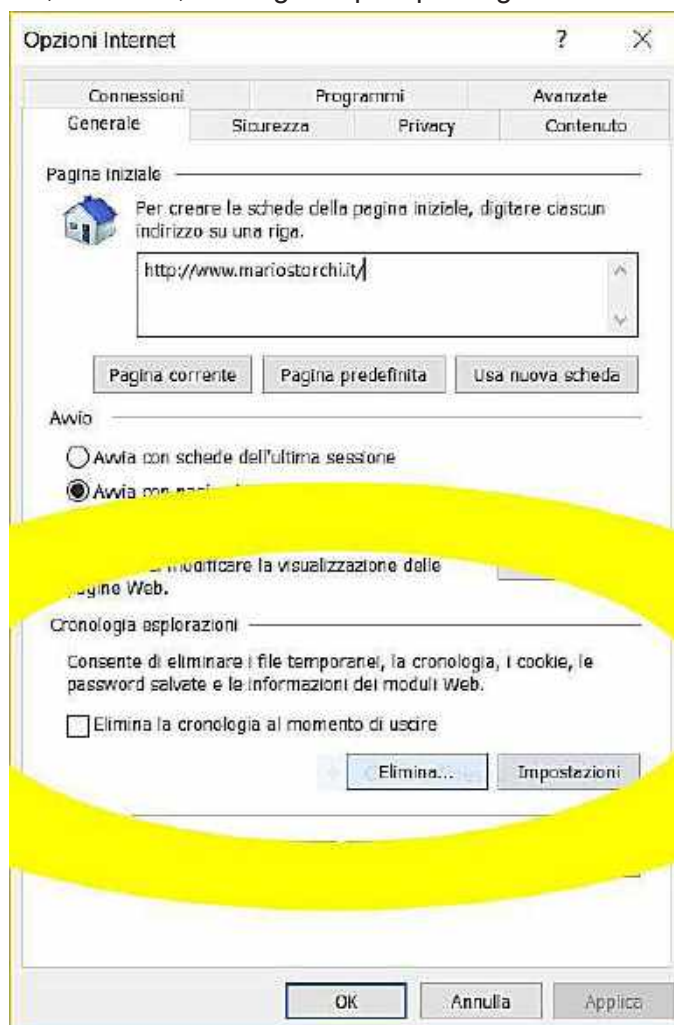
2.2.6 Eliminare la cronologia, i file Internet temporanei, i dati salvati per la compilazione automatica dei moduli

Come abbiamo spiegato (punto 2.1.8) i browser conservano in memoria l'indirizzo delle ultime pagine web visitate. In genere, **il browser memorizza anche altre informazioni** per evitarci di doverle nuovamente digitare (ad es. le password salvate o alcune informazioni inserite nei moduli web), i cookie (punto 2.2.3), altri file temporanei che servono ad esempio in caso di blocco del computer o dell'applicazione, ecc.

Vediamo come **cancellare queste informazioni**, ad es. per liberare spazio sul disco fisso o per evitare che altre persone possano visualizzarle.

Chrome: *Personalizza e controlla Google Chrome > Cronologia > Cronologia > Cancella dati di navigazione* > nell'omonima finestra scegliere gli elementi da cancellare o conservare (v. fig. a lato).

Explorer: *Strumenti > Opzioni Internet > nella sezione Cronologia esplorazioni della scheda Generale scegliete Elimina* (v. fig. successiva). Accanto a questo pulsante troviamo altre opzioni: la casella *Elimina la cronologia al momento di uscire*, che cancella l'elenco dei siti visitati ogni volta che chiudiamo il browser e il pulsante *Impostazioni* che ci permette, tra l'altro, di scegliere per quanti giorni saranno conservate le pagine web nella cronologia.



2.3 SEGNALIBRI

2.3.1 Creare, eliminare un segnalibro

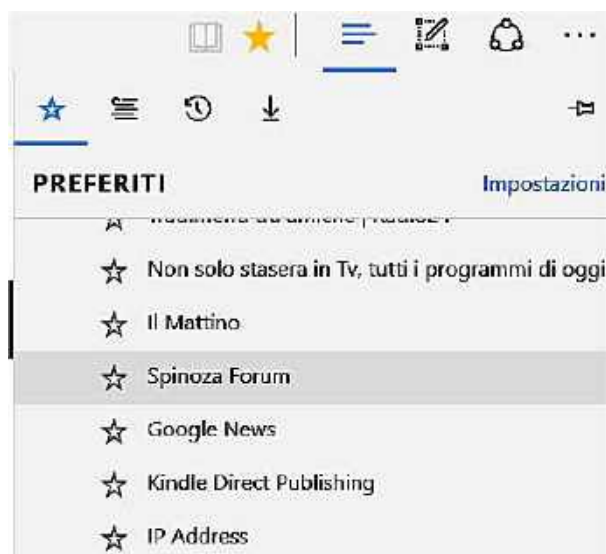
e

2.3.2 Visualizzare i segnalibri

Praticamente in tutti i browser, esiste un pulsante *Preferiti* (in alcuni browser si chiama *Segnalibri*), generalmente rappresentato da una stella.

Quando trovate una pagina Internet interessante, che pensate di visitare nuovamente in futuro, cliccate su questo pulsante per memorizzarne l'indirizzo. Si aprirà una finestra nella quale – se volete – potete digitare un nuovo nome per memorizzare la pagina, oppure accettare quello proposto. Alla fine delle vostre scelte ricordatevi di cliccare sul tasto di conferma, che può avere nomi diversi: *Fine* nel caso di *Chrome*, *Aggiungi* per *Explorer*.

Dopo aver aggiunto ai *Preferiti* la pagina web che desideravamo visitare di nuovo, sarà sufficiente cliccare sul nome della pagina per collegarvi con essa, senza doverne digitare l'indirizzo web (v. fig. successiva).



Per **accedere alla lista dei segnalibri** con *Chrome* cliccate prima sul pulsante *Personalizza e controlla Google Chrome* (in alto a destra), poi su *Preferiti*; con *Internet Explorer* è sufficiente cliccare sulla stella che trovate dopo la barra degli indirizzi. Accedendo alle impostazioni del browser è anche possibile lasciare sempre visualizzata la barra dei preferiti.

Per **cancellare un segnalibro** cliccateci con il pulsante destro e – dal menu a tendina che compare – selezionate la voce *Elimina*. Comparirà un riquadro nel quale si chiede di confermare la cancellazione.

2.3.3 Creare, eliminare una cartella di segnalibri. Inserire pagine web in una cartella di segnalibri

Quando i segnalibri diventano troppi, è consigliabile dividerli in sezioni che sono chiamate cartelle e sottocartelle. Ad esempio, potrete creare una cartella di segnalibri chiamata “giornali” per inserirvi tutti i segnalibri che si riferiscono a quotidiani o periodici, un'altra cartella chiamata “musica” nella quale andranno i segnalibri che hanno a che fare con cantanti, spartiti e cose simili, una sottocartella chiamata “Elton John” per memorizzare tutti gli indirizzi web che hanno a che fare con il cantante inglese, e così via, secondo i vostri gusti e la vostra immaginazione.



Il modo più immediato per **creare una cartella di segnalibri** – dopo aver aperto l'elenco dei Preferiti seguendo le indicazioni date al punto precedente – è quello di cliccare col tasto destro per accedere a un menu di scelta che permette, tra l'altro, di creare e ordinare le cartelle. Sono disponibili anche funzioni più avanzate, alle quali si accede, ad esempio, con *Chrome* selezionando *Gestione preferiti*; oppure con *Explorer* accedendo a *Organizza preferiti*.

Dopo aver creato le cartelle, potrete collocare i vostri segnalibri in quella che ritenete più opportuna. Per spostare un segnalibro da una cartella all'altra cliccate su quel segnalibro, tenete premuto il pulsante sinistro del mouse e trascinate il segnalibro nella cartella nella quale volete spostarlo: a quel punto potete rilasciare il pulsante del mouse.

Per **eliminare una cartella di segnalibri** basta cliccare su essa con il tasto destro e poi scegliere *Elimina*.

2.4 CONTENUTI DAL WEB

2.4.1 Scaricare file dal web e salvarli in una unità

A volte, i link presenti in una pagina Internet non rimandano ad altre pagine, ma a file: programmi, documenti *Word* o *Excel*, brani musicali, immagini, filmati, ecc. In genere, quando è già previsto lo **scaricamento del file**, basta cliccare sul nome del file per avviarne il download (indica il prelevamento di un file da un computer collegato in rete, per copiarlo sul proprio dispositivo o su una unità di memoria a esso collegata). Altre volte, per scaricare il file sul nostro disco fisso, occorre cliccare col pulsante destro sul link e scegliere l'opzione *Salva il file*.

In entrambi i casi, ci verrà chiesto di scegliere in quale cartella **salvare il file** e se accettiamo il nome proposto o se preferiamo digitarne un altro. Cliccando sul pulsante *OK* si avvia la memorizzazione del file sul disco fisso, che richiederà un tempo dipendente sia dalle dimensioni del file sia dalla velocità del nostro collegamento a Internet.

Attenzione: i file scaricati da Internet possono contenere malware in grado di danneggiare il nostro dispositivo e i nostri dati.

2.4.2 Copiare testi, immagini, URL da una pagina web a un documento, e-mail

Quando si visualizza una pagina web, è possibile **copiarne i testi o le immagini per inserirli in un altro documento** (ad es. un file di testo di *Word*), a meno che il realizzatore del sito non abbia impedito la funzione di copia. L'operazione è piuttosto semplice:

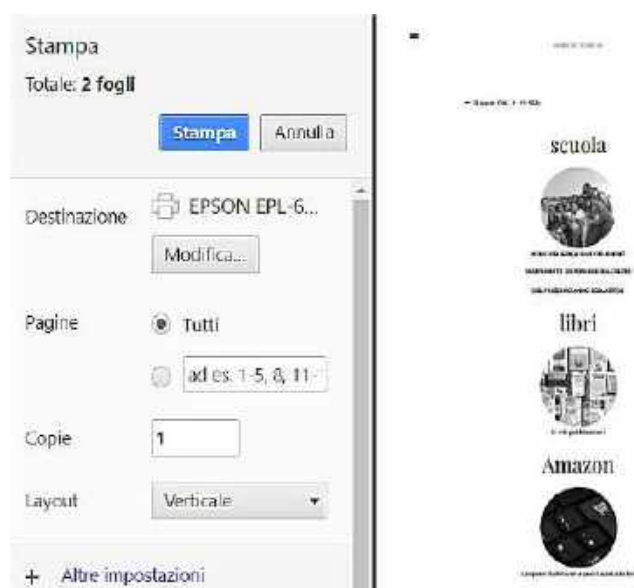
- selezionare con il mouse (tenendo premuto il pulsante sinistro del mouse) la parte di testo che si vuole copiare;
- lasciare il pulsante sinistro e cliccare su quello destro (se si tratta di un'immagine è inutile selezionarla, basta cliccarvi sopra con il tasto destro);
- dal menu a tendina che compare scegliere *Copia*;
- spostarsi nel documento nel quale si vuole copiare il testo e/o l'immagine;
- scegliere con il puntatore e con un clic del pulsante sinistro il punto preciso nel quale si intende copiare;
- cliccare con il pulsante destro del mouse;
- dal menu a tendina che compare scegliere *Incolla*.

Le funzioni *Copia* e *Incolla* sono attivabili anche premendo contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *C* per *Copia* e *Ctrl* e *V* per *Incolla*.

Può anche capitare di voler **copiare in un documento o in un messaggio e-mail l'indirizzo web** (detto anche indirizzo Internet o URL) al quale rimanda un collegamento presente in una pagina Internet. In questo caso occorre posizionare il puntatore del mouse sul link che contiene quel collegamento, cliccare con il pulsante destro e poi scegliere – dal menu a tendina che compare – l'opzione *Copia collegamento*. Basta poi spostarsi nel documento nel quale si vuole copiare la URL, posizionarsi col cursore del mouse nel punto preciso, cliccare col pulsante destro e scegliere *Incolla*; oppure si possono premere contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *V*.

Durante lo svolgimento degli esami ICDL non è possibile usare combinazioni di tasti.

2.4.3 Visualizzare l'anteprima di stampa, stampare una pagina web o una selezione della pagina web, utilizzando le opzioni di stampa disponibili



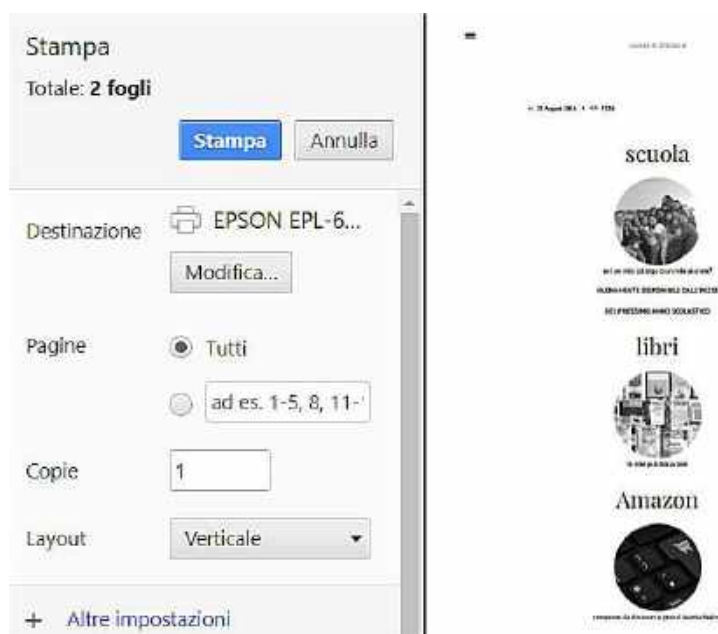
Anche se le pagine Internet sono destinate principalmente a essere lette on-line, è possibile **stampare una pagina web** che riteniamo interessante per leggerla con calma, conservarla o darla a una persona che non dispone di un collegamento a Internet.

Per farlo con *Chrome* clicchiamo prima sul solito pulsante *Personalizza e controlla Google Chrome* e poi su *Stampa*; con *Explorer* prima su *File* e poi su *Stampa*.

In tutti i casi, si aprirà una finestra che ci permette di scegliere tra diverse **opzioni di stampa** e visualizzare in **anteprima** quello che sarà il risultato finale: nella fig. a sinistra è visualizzata la finestra che compare con *Chrome*.

È, ad esempio, possibile modificare da verticale a orizzontale l'orientamento della pagina web (condizione spesso indispensabile per evitare che venga "tagliata" una parte della sezione destra del documento), scegliere se stampare tutte le pagine o solo alcune, il numero delle copie da stampare, ecc.

Alla fine delle nostre scelte, clicchiamo sul pulsante *Stampa*.



3 Informazioni raccolte sul web

3.1 RICERCA

3.1.1 Sapere cosa è un “motore di ricerca” e saper indicare i nomi dei motori di ricerca più comuni

Per questo motivo, esistono **sistemi automatici**, detti motori di ricerca, **che permettono di trovare** con una certa facilità **le informazioni che cerchiamo**. Essi utilizzano archivi nei quali sono raccolti miliardi di indirizzi di pagine web e che è possibile consultare cercando quello che interessa attraverso una *chiave di ricerca* che è costituita da una parola (un nome o un argomento) o da una frase. In alcuni motori di ricerca è anche presente un *indice sistematico* (o *indice ad albero*) che permette di arrivare alle informazioni che ci occorrono restringendo man mano il campo della nostra ricerca.

Esistono migliaia di motori di ricerca (che perlopiù si autofinanziano con la pubblicità che appare sui loro siti), ognuno dei quali ha caratteristiche proprie (ve ne sono ad esempio alcuni specifici per determinati argomenti: la ricerca di leggi, di numeri di telefono, di immagini, ecc.), anche se alcuni aspetti sono comuni, come la casella nella quale bisogna digitare una o più parole che costituiscono le chiavi per la ricerca e il pulsante *Cerca* o parole simili: *Trova*, *Vai*, ecc. (nei motori di ricerca in lingua inglese il pulsante in genere si chiama *Search*).

Il motore di ricerca più utilizzato al mondo e in Italia è *Google* (www.google.it). Tra i motori di ricerca internazionali vanno ricordati anche *Bing* (www.bing.it) e *Yahoo!* (www.yahoo.it). I motori di ricerca italiani più utilizzati sono *Libero* (www.libero.it) e *Virgilio* (www.virgilio.it), ma entrambi adoperano principalmente *Google* per fornire i risultati.

3.1.2 Effettuare una ricerca utilizzando una parola chiave, una frase

Per **collegarsi a un motore di ricerca**, occorre digitare il suo indirizzo, così come si fa per qualsiasi tipo di pagina o di sito web. Una volta collegati, bisogna impostare la ricerca in maniera corretta. La buona riuscita di una ricerca dipende, infatti, non solo dall'efficienza del motore di ricerca (quanti siti vi sono archiviati, con che frequenza sono aggiornati, con quale velocità viene effettuata la ricerca), ma anche dalla nostra abilità nell'individuare le parole chiave da utilizzare, evitando che a fronte di una richiesta troppo generica si abbia come risultato l'indirizzo di centinaia o migliaia di pagine web. Maggiore è il numero di dettagli che fornite al motore di ricerca e più alta è la possibilità che la ricerca sia portata a buon fine.

Come abbiamo detto, pressoché tutti i motori di ricerca presentano una casella vuota, nella quale bisogna **scrivere la parola chiave o la frase** per poi avviare la ricerca premendo sul pulsante *Cerca* (o *Trova*, *Vai*, ecc.). Mentre digitiamo le nostre keywords il motore di ricerca mostrerà dei suggerimenti per completare la nostra ricerca.



Nella maggior parte dei browser è anche possibile scrivere direttamente le parole chiave nella barra degli indirizzi per poi premere il tasto *Invio*. In questo caso la ricerca utilizzerà il motore di ricerca associato a quel browser, ad es. *Google* se usiamo *Chrome*, *Bing* se usiamo *Microsoft Edge*, ecc.

Come risultato otterremo un elenco di pagine web nelle quali è presente la parola o la frase, accompagnato da alcune righe di quelle pagine, per aiutarci a decidere quali visualizzare.

Il motore di ricerca valuta quante volte la parola o la frase che abbiamo chiesto compaiono nelle pagine web ed elenca per primi gli indirizzi di quelle pagine nelle quali è maggiore questa frequenza, oppure le pagine nelle quali le nostre chiavi di ricerca sono presenti nel titolo della pagina o di una sezione di essa.

Tra i primi risultati, però, ne compaiono anche alcuni indicati come “sponsorizzati” o come “annunci”: significa che delle aziende hanno pagato il motore di ricerca perché quelle loro pagine web comparissero ai primi posti.

Perlopiù, i motori di ricerca visualizzano dieci risultati per pagina; quando il risultato della ricerca supera questo numero di pagine (cosa che avviene spesso), nella parte inferiore dello schermo vi sono dei numeri che indicano le schermate nelle quali è possibile vedere le successive pagine trovate, che potranno essere via via visualizzate premendo sui corrispondenti numeri o sul pulsante *Avanti*.

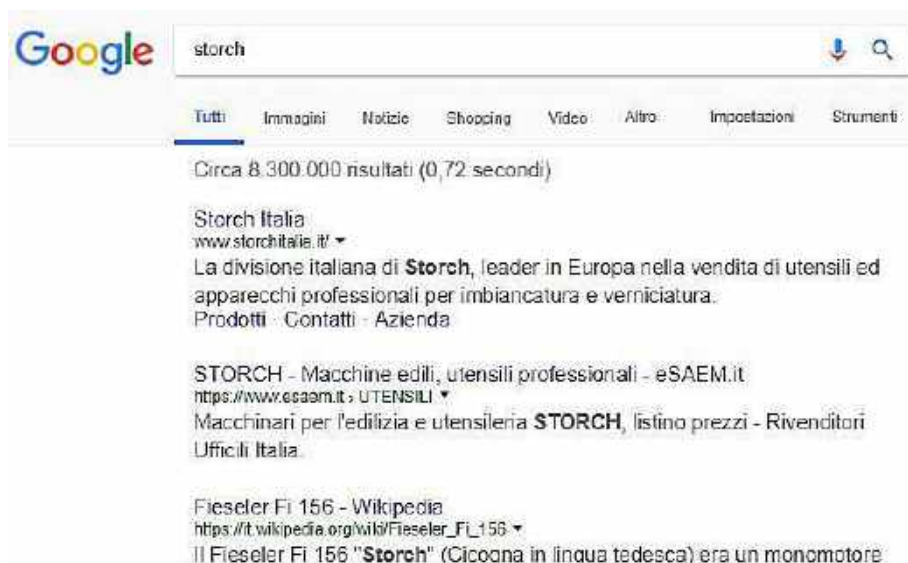


Come al solito, per essere più chiari, facciamo un esempio pratico, cercando con *Google* informazioni su un personaggio storico minore: un predicatore tedesco del Cinquecento che si chiamava *Nicholas Storch*.

Ci collegheremo anzitutto al motore di ricerca, digitando nella barra dell'indirizzo *www.google.it* e premendo il tasto *Invio* oppure cliccando sul pulsante *Vai*.

Scriveremo quindi nella casella di testo la parola *storch* (in *Google* e nella maggior parte dei motori di ricerca non c'è differenza fra maiuscole e minuscole) e poi cliccheremo sul pulsante *Cerca* oppure premeremo il tasto *Invio* sulla tastiera per avviare la ricerca.

Dopo un attimo, il motore di ricerca ci segnalerà che esistono milioni di indirizzi web nei quali compare la parola *storch*. Nella fig. successiva sono visibili solo i primi tre indirizzi, per motivi di spazio, nel collegamento Internet è invece possibile scorrere la pagina vedendola interamente. Notate che ogni indirizzo web indicato è un link, perciò, posizionandoci sopra il cursore del mouse e cliccando, ci si può collegare direttamente a quella pagina web.





3.1.3 Affinare una ricerca utilizzando funzioni di ricerca avanzate, quali per frase esatta, per data, per lingua, per formato e tipo di fonte

Abbiamo visto che il motore di ricerca *Google*, utilizzato per l'esempio proposto, ci ha fornito milioni di indirizzi di pagine web nelle quali compare la parola che avevamo indicato (*storch*). Si tratta di un numero enorme di pagine e, soprattutto, la stragrande maggioranza di esse riguarda non l'obiettivo preciso della nostra ricerca (il predicatore Nicholas Storch, vissuto nella Germania del '500).

Quando si usa un motore di ricerca è, infatti, assolutamente indispensabile specificare nel miglior modo possibile cosa si desidera trovare. Per ottenere risultati più precisi è perciò consigliabile **usare più di una parola come chiave di ricerca**.

Se nell'esempio proposto avessimo scritto non solo *storch*, ma *nicholas storch*, non avremmo infatti ottenuto come risultato milioni di indirizzi di pagine web, ma circa 300.000. Il risultato della ricerca è però ancora troppo impreciso: la maggior parte delle pagine web forniteci come risultato contiene infatti al suo interno le parole "nicholas" e "storch", ma ognuna di esse è staccata dall'altra, quindi in quelle pagine è probabile che non si parli della persona che stiamo cercando. Come fare allora per ottenere un risultato preciso?

La soluzione è tanto semplice quanto spesso poco conosciuta e applicata: basta **indicare la frase esatta** (che nel nostro caso corrisponde a un nome e cognome) **tra virgolette**. Infatti, scrivendo nella casella del motore di ricerca la frase "*nicholas storch*", tra virgolette (v. fig. successiva) ordineremo al motore di ricerca di restituirci l'indirizzo di pagine web che contengano quelle due parole ma solo se sono una vicina all'altra e in quell'esatto ordine.

In questo modo otterremo, finalmente, solo qualche centinaio di risultati e – cosa ancora più importante – quasi tutte le pagine web indicate avranno realmente a che fare con l'obiettivo della nostra ricerca. Abituatemi comunque all'idea che, dei siti indicati come risultato della vostra ricerca, una parte risulterà poco interessante e un'altra parte risulterà del tutto estranea a quanto stavate cercando.



È possibile **restringere ancor più il campo della nostra ricerca**. Se, ad esempio, eravamo alla ricerca di notizie su *Nicolas Storch* ma solo relativamente agli avvenimenti legati alla battaglia di Frankenhausen (nella quale morì), avremmo digitato come chiavi di ricerca “*nicolas storch*” “*battaglia di Frankenhausen*” (attenzione: sempre tra virgolette), ottenendo così gli indirizzi solo di una decina di pagine web (v. fig. successiva).



Ovviamente, l'esempio sin qui riportato va sostituito con altre frasi o parole chiave che indicano l'obiettivo della vostra ricerca.

Ricordiamo che molti browser consentono di avviare una ricerca scrivendo le parole chiave direttamente nella barra degli indirizzi per poi cliccare sul pulsante *Vai* o premere il tasto *Invio*. Inoltre, prima *Google* e poi altri motori di ricerca hanno attivato la cosiddetta “ricerca istantanea” che inizia a mostrare dei risultati appena cominciamo a digitare le prime lettere delle nostre “parole chiave” senza alcun bisogno di premere il pulsante di ricerca o il tasto *Invio*. Questi risultati, ottenuti in base ad una sorta di completamento automatico delle prime lettere digitate, si modificano man mano che completiamo la digitazione delle parole chiave.

Quasi tutti i motori di ricerca permettono di accedere a **funzioni di ricerca avanzata** per effettuare una ricerca più precisa. Nella pagina principale di *Google*, ad esempio, troviamo in basso a destra le scritte: *Privacy*, *Termini*, *Impostazioni*; clicchiamo prima su quest'ultima e poi su *Ricerca avanzata* (v. fig. successiva).



Nella pagina di *Ricerca avanzata* (v. fig. successiva) potremo:

- specificare cosa cerchiamo: una o più parole, una frase, dei numeri, ecc.;
- limitare i risultati indicando se vogliamo ricevere solo risultati in una determinata lingua, aggiornati di recente (nell'ultima settimana, nell'ultimo mese o anno, ecc.), in un determinato formato (ad es. illustrazioni solo in bianco e nero), specificando su quali fonti informative effettuare la ricerca (ad es. solo siti in lingua italiana, oppure un unico sito specifico), ecc.;

- raffinare ancora maggiormente la nostra ricerca: ad esempio cercando solo pagine non protette da diritti commerciali, indicando in che punto della pagina devono comparire le parole chiave, ecc.

Ricerca avanzata Google

Sicuro https://www.google.it/advanced

Ricerca avanzata

Trova pagine web che contengono...

tutte queste parole:

questa esatta parola o frase:

una qualunque di queste parole:

nessuna di queste parole:

numeri da: a:

Poi limita i risultati per...

lingua:

area geografica:

ultimo aggiornamento:

sito o dominio:

termini che compaiono:

SafeSearch:

tipo di file:

diritti di utilizzo:

3.1.4 Effettuare una ricerca in una enciclopedia, dizionario sul web

In Internet sono presenti numerosi siti di enciclopedie e di dizionari online; molti di essi sono liberamente consultabili, altri sono a pagamento. In questi siti è possibile cercare la voce o il termine che ci interessa tramite una casella di ricerca o attraverso un indice alfabetico.

Rispetto alle versioni cartacee, le enciclopedie offrono numerosi contributi multimediali (audio, video, animazioni), mentre i dizionari online prevedono spesso anche la possibilità di ascoltare la pronuncia corretta del termine ricercato.

La più famosa e ampia enciclopedia online è *Wikipedia*, consultabile all'indirizzo www.wikipedia.org

3.2 VALUTAZIONE CRITICA

3.2.1 Comprendere l'importanza di valutare criticamente le informazioni online.

Comprendere lo scopo di diversi tipi di siti, quali informazione, intrattenimento, opinioni, vendita

Con Internet è dunque possibile accedere a una quantità enorme di informazioni, ma non tutte sono sicure e affidabili, perché **ogni utente ha la possibilità di inserire online informazioni fuorvianti o false.**

Se trent'anni fa uno studente di scuola media doveva eseguire una ricerca scolastica sui campi di concentramento nazisti, utilizzava principalmente enciclopedie o libri che erano a sua disposizione: nella maggior parte dei casi la scelta era spesso tra un paio di possibili fonti. Oggi, uno studente che cerca su Google "campi di concentramento" riceve come risultato circa mezzo milione di indirizzi di siti web, ma tra essi ce ne sono alcuni inattendibili, per cui rischia di portare a scuola (ed è avvenuto) una ricerca nella quale sostiene che i campi di concentramento sono una leggenda, non sono mai esistiti, perché ha utilizzato uno dei siti cosiddetti "negazionisti".

È perciò fondamentale **valutare l'attendibilità delle informazioni presenti in rete**, tenendo ad esempio conto della **tipologia del sito** (informazione, intrattenimento, opinione, vendita) dalla quale dipende in gran parte lo scopo del sito stesso (rispettivamente: informare, divertire, persuadere, vendere).

Se cerchiamo notizie prima di effettuare un viaggio all'estero è ben diversa l'attendibilità delle informazioni sull'argomento che possiamo trovare sui siti del Ministero degli Affari Esteri o dell'ACI rispetto a quelle fornite da un'agenzia di viaggio, specie se sconosciuta, perché in quest'ultimo caso è prevedibile che l'interesse principale sia quello di farci divenire suoi clienti.

3.2.2 Individuare i fattori che determinano la credibilità di un sito web, quali autore, riferimenti, aggiornamento del contenuto

Un fattore fondamentale di cui tener conto è l'**autore dell'informazione**, perché la credibilità di un sito è diversa a seconda che esso sia realizzato da un individuo privato, da una azienda, da un ente, da una istituzione.

Lo stesso indirizzo del sito ci aiuta spesso a capire chi ne è l'autore:

- se in esso troviamo nomi di persona (ad es. www.mariostorchi.it) o nomi di blog o spazi personali (ad es. storchi.blogspot.it) è molto probabile che si tratti di siti personali, cioè realizzati e curati da una singola persona, per cui l'attendibilità delle informazioni presenti deve essere valutata con molta attenzione;
- se l'indirizzo del sito è costituito dal nome di una istituzione conosciuta (www.protezionecivile.org.it), di una università (www.luiss.it), di una testata giornalistica (www.repubblica.it), di una società o di un soggetto commerciale noto (www.fiat.it), la loro credibilità è paragonabile a quella del soggetto stesso.

Per valutare l'autorevolezza e l'attendibilità dell'autore o del soggetto che pubblica il sito o che comunque ha messo online un'informazione, possiamo anche cercare in Google l'autore o il nome dell'organizzazione che pubblica il sito, oltre a tener conto della popolarità del sito e delle opinioni sullo stesso che possiamo trovare in forum dedicati al settore che riguarda quel sito.

Altro fattore fondamentale di cui tener conto è la presenza o meno dell'**indicazione delle fonti dalle quali sono tratte le informazioni** riportate, perché questo consente di individuare l'origine dell'informazione e di verificarne validità e attendibilità. Ovviamente, le fonti indicate devono essere conosciute o almeno verificabili. Se, ad esempio, in un sito web trovo un'informazione del tipo "nel 2019, le vendite delle auto in Italia sono aumentate del 6,79% rispetto all'anno precedente" l'attendibilità è ben diversa se è indicata come fonte una pagina web che mi porta al "Rapporto ACI- Censis 2019" o piuttosto se non è indicata nessuna fonte o un riferimento del tutto generico del tipo "come ha affermato il telegiornale".

È inoltre utile **confrontare tra loro più fonti online**, tenendo però conto che le informazioni presenti in molti siti sono semplicemente una copia (a volte leggermente modificata, altre volte perfettamente identica) di informazioni tratte da altri siti e talmente replicate da rendere perlopiù impossibile capire quale sito ha pubblicato per primo l'informazione originale.

Allo stesso modo, è consigliabile **confrontare l'informazione online con una fonte tradizionale** come un'enciclopedia, un libro o una pubblicazione comunque cartacea. L'editoria tradizionale, infatti, offre in genere maggiori garanzie di affidabilità e qualità dei contenuti.

Infine, si deve tener conto dell'**aspetto complessivo del sito web** nel quale abbiamo trovato l'informazione. Anche se non si tratta di una regola assoluta, un sito ben realizzato da un punto di vista grafico, che presenta link tutti funzionanti ed è costantemente aggiornato, ha un maggior grado di credibilità.

3.2.3 Riconoscere l'adeguatezza delle informazioni online per un determinato tipo di pubblico

L'adeguatezza delle informazioni online varia anche in relazione al tipo di persona che cerca quelle informazioni.

Per riprendere un esempio utilizzato precedentemente, una ricerca di notizie sui campi di concentramento nazisti sarà ben diversa se condotta da uno studente delle scuole medie per una ricerca scolastica piuttosto che da un universitario che deve preparare la sua tesi. Nel primo caso, il sito di una scuola media che pubblica una ricerca condotta e ben realizzata da alunni dello stesso istituto scolastico, può essere sufficiente e attendibile. Nel caso dell'universitario, informazioni di questo tipo sarebbero troppo generiche, per cui occorrerà che faccia riferimento a siti di istituti di ricerca, preferibilmente anche non italiani, che forniscano notizie approfondite e accompagnate da riferimenti precisi e attendibili.

3.3 COPYRIGHT, PROTEZIONE DEI DATI

3.3.1 Definire i termini copyright, proprietà intellettuale. Comprendere la necessità di riconoscere le fonti e/o di richiedere l'autorizzazione all'uso quando necessario

Con il termine **copyright** (a esso corrisponde il simbolo ©) si intende la protezione del diritto di autore per impedire riproduzioni non autorizzate di un'opera, sia essa un libro, un file musicale, un film, ecc.

Il copyright protegge anche le applicazioni per computer e dispositivi elettronici, il cui utilizzo è regolato da una "licenza d'uso", così chiamata perché acquistare o scaricare un'applicazione non significa diventarne proprietari (in quel caso potremmo copiarla e rivenderla ad altri) ma solo "licenziatari" di quel software, vale a dire autorizzati a usarlo solo per uso personale e con le eventuali precisazioni che sono sempre riportate nella licenza stessa, visualizzata al momento dell'installazione dell'applicazione. Occorre perciò tener conto di queste condizioni (anche se, in genere, alla loro comparsa sullo schermo si preferisce semplicemente cliccare su *Accetto* per avviare l'installazione del software), perché la violazione della legge sul diritto d'autore è un reato.

Come abbiamo detto, il copyright protegge anche file di tipo grafico (immagini), testuale (documenti), audio (ad es. canzoni) e video (ad es. film). Internet permette di accedere a un numero sterminato di file di questo tipo, ad esempio attraverso applicazioni definite *peer to peer* come *uTorrent* o *eMule*. Così come è vietato prelevare tali file da Internet, è punita dalla legge la copia e la distribuzione di questi file.

L'informatica, d'altra parte, ha messo in crisi la legislazione sul diritto d'autore e sulla cosiddetta **proprietà intellettuale**, perché ha "smaterializzato" le opere: una persona può acquisire la copia di un libro, di un album di canzoni o di un film senza acquistarne una vera e propria copia su carta, CD o DVD, perché tutti questi contenuti sono digitalizzati e quindi scaricabili da Internet e registrabili direttamente sul proprio dispositivo. D'altra parte, la possibilità di digitalizzazione delle opere e la loro condivisione attraverso Internet offre un enorme contributo al diritto alla diffusione delle informazioni e alla conoscenza globale.

Per tutti questi motivi, **se vogliamo utilizzare un file di qualsiasi tipo copiato da Internet**, in particolar modo se intendiamo condividerlo attraverso una sua pubblicazione ad esempio su un social network, abbiamo l'obbligo di accertarci se è liberamente utilizzabile, se richiede che sia segnalata la fonte dalla quale l'abbiamo tratto, se occorre richiedere al legittimo proprietario l'autorizzazione prima di utilizzarlo.

3.3.2 Conoscere i principali diritti e obblighi di chi detiene i dati, secondo la legislazione sulla protezione dei dati personali in Italia

Il diritto alla riservatezza (comunemente definito col termine inglese "privacy") è tutelato dalla legge anche per ciò che riguarda l'uso dei sistemi informatici e di Internet. Infatti, la continua diffusione di computer e di Internet fa sì che dati personali da noi comunicati a un ente o a un'azienda possano essere da questi facilmente comunicati ad altri. Attraverso il collegamento incrociato di banche dati, diviene così possibile ottenere un quadro piuttosto completo della personalità di un individuo, compresi aspetti riservati della sua vita (preferenze politiche, sessuali, stato di salute, condizioni economiche, ecc.).

In Italia la **legge 196 del 2003**, poi adeguata al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati dell'Unione Europea, più noto come **GDPR del 2018**, garantisce il *diritto alla privacy* e impedisce che nostri dati personali possano essere utilizzati per fini diversi da quelli da noi concessi, dandoci anche la possibilità di richiederne la cancellazione. Le aziende o gli enti che ci richiedono dati possono utilizzarli, ad esempio, per inviarci periodicamente delle notizie riguardanti le loro attività, per spedirci merce da noi richiesta, per trasmettere il nostro curriculum se siamo in cerca di lavoro. Non sono però autorizzate a utilizzare i dati da noi comunicati per scopi diversi da quelli che abbiamo accettato e devono adottare sistemi idonei a garantire sicurezza e segretezza dei nostri dati.

Spesso però, per risparmiare tempo, diamo il nostro consenso senza leggere con attenzione quanto ci viene chiesto di sottoscrivere; così capita molto frequentemente che senza accorgercene autorizziamo l'azienda alla quale comunichiamo i nostri dati a trasmetterli o rivenderli ad altre aziende.

Se vengono raccolti dati senza il nostro consenso o utilizzati per scopi diversi da quelli permessi, il cittadino può ricorrere al **Garante della privacy** e, nel caso in cui venga attestato un danno morale o economico, ottenere anche un risarcimento.

4 Concetti di comunicazione

4.1 COMUNITÀ ONLINE

4.1.1 Comprendere il concetto di comunità online (virtuale). Identificarne degli esempi, quali siti web di reti sociali, forum Internet, conferenze web, chat, videogiochi online

La diffusione di Internet ha permesso la nascita di **comunità virtuali**, che consistono in gruppi anche numerosi e numerosissimi di persone, a volte appartenenti a paesi diversi, che generalmente non si incontrano nella vita reale, ma tramite Internet. Esaminiamo alcuni esempi di queste comunità online.

Le **reti sociali** (in inglese *social network*) sono delle comunità virtuali di persone unite da rapporti di conoscenza (anche casuali, nel senso che si può diventare “amici” semplicemente perché si ha in comune una conoscenza), studio, lavoro o altro. Per partecipare occorre iscriversi e creare un proprio profilo personale che contiene informazioni di base (ad es. l'indirizzo di posta elettronica) e altre informazioni che servono a descrivere meglio la persona (gli interessi, il proprio lavoro, gli hobby, ecc.). Attualmente le reti sociali con maggior numero di utenti sono *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, anche se quest'ultima non è totalmente identificabile come una rete sociale (punto 4.1.2).

I **forum** sono una specie di bacheche virtuali, dedicate ad argomenti specifici: è possibile leggere i messaggi (detti *post*) presenti o inviarne di propri. Esistono diverse migliaia di forum e dunque riguardano argomenti diversissimi e a volte molto specifici. Così come gli argomenti, anche il livello dei discorsi è diverso da un forum all'altro: in qualcuno sembra di fare quattro chiacchiere seduti con gli amici al tavolino di un bar, in altri si può trovare un aiuto per la risoluzione di un problema tecnico.

Le **chat** sono delle conversazioni che si possono effettuare su Internet utilizzando tastiera e schermo del dispositivo o, in certi casi, il microfono e gli altoparlanti. Il principio sul quale si basano le chat è semplice: voi leggete sul vostro schermo i messaggi che altre persone hanno scritto, e scrivete un vostro messaggio, che nel giro di pochi secondi comparirà sugli schermi dei dispositivi di tutte le altre persone che sono collegate come voi a quella chat. I messaggi appariranno sullo schermo in sequenza; generalmente quelli più recenti sono visualizzati in alto e via via seguono tutti gli altri, ma questa regola non è valida in tutte le chat (v. fig. a lato). Gli interlocutori possono essere più di uno e in ogni chat si intrecciano contemporaneamente decine di “conversazioni” diverse, ma è possibile inviare dei messaggi riservati a uno o ad alcuni degli interlocutori, per avviare un discorso di tipo più privato. Come nel caso dei forum, esistono migliaia di chat, spesso basate su un argomento che può essere generale (amicizia, musica, televisione, ecc.) o specifico (conoscenza tra single, scambio di informazioni tra universitari, ecc.). Le principali differenze rispetto a un forum sono la contemporaneità degli interventi (le persone che colloquiano sono tutte collegate in quel momento, mentre nei forum si lasciano dei messaggi) e, di solito, la minore specificità degli argomenti trattati.



Un utilizzo più professionale è, invece, quello delle **conferenze web**, che rappresentano spesso un'alternativa agli incontri di persona, specie quando quest'ultima soluzione imporrebbe spostamenti o veri e propri viaggi. Utilizzando computer spesso dotati di hardware e software specifici per questi scopi (audio e video ad alta definizione, schermi panoramici, lavagne virtuali, ecc.) i partecipanti possono non solo discutere, ma anche vedersi l'un l'altro, condividere e lavorare insieme a documenti, prendere appunti in tempo reale, invitare altre persone a partecipare anche a conferenza iniziata e anche se queste persone non dispongono in quel momento di un computer ma solo di un tablet o di uno smartphone.

Con Internet è anche possibile divertirsi con dei **giochi informatici in rete**. Spesso si tratta di giochi di gruppo, in cui i diversi partecipanti non si trovano nella stessa stanza, ma a distanze anche notevoli l'uno dall'altro, ognuno davanti allo schermo del proprio computer o dispositivo. Si può perciò giocare a scacchi con un americano o a una battaglia spaziale con un russo: grazie a Internet le distanze e le lingue non contano. La scacchiera o le astronavi spaziali che compariranno sul vostro schermo appariranno sullo schermo del dispositivo del vostro compagno di giochi: lui vedrà le vostre mosse di gioco e voi le sue, come se foste entrambi nella stessa stanza, davanti allo stesso schermo.

4.1.2 Illustrare le modalità con cui gli utenti possono pubblicare e condividere contenuti online: blog, microblog, podcast, immagini, audio e videoclip

Tramite Internet è possibile condividere diversi tipi di materiali digitali: documenti, foto, video, brani audio.

Un **blog**, ad esempio, è una specie di diario personale online, nel quale l'autore pubblica i propri interventi (detti *post*) su argomenti a cui è interessato, interventi che i visitatori in genere possono commentare; i post sono spesso accompagnati da immagini o brevi video. Il fenomeno blog è nato negli USA nel 1997 e conta oggi diversi milioni di blogger (indica le persone che scrivono in questi spazi virtuali) e circa un miliardo di persone che si collegano a queste pagine Internet. Alcuni tra i più noti blog non sono gestiti da una sola persona, ma da gruppi di persone.

Si parla, invece, di **microblog** quando i contenuti condivisi sono principalmente brevi messaggi di testo raramente accompagnati da immagini, audio o video. L'esempio più famoso è *Twitter*.

Brani video e audio possono essere condivisi anche attraverso i servizi di **podcast**, che offrono la possibilità di scaricare da Internet, attraverso un programma detto "aggregatore", materiale prodotto da un utente o da una azienda. Un tipico esempio sono le registrazioni di trasmissioni radiofoniche o televisive, che offrono il vantaggio di poter ascoltare o vedere i file in qualsiasi momento, senza essere legati a orari di trasmissione. I podcast possono ovviamente avere anche altri scopi, come dimostra l'utilizzo che se ne fa in alcune università nelle quali le lezioni dei docenti vengono rese disponibili proprio sotto forma di podcast.

Esistono poi siti espressamente dedicati alla **condivisione di foto e video** (ad es. *Flickr* per le foto e *YouTube* per i video). In entrambi i casi è possibile non solo visualizzare i contributi inviati da altri utenti ma anche, registrandosi con una semplice procedura, esprimere commenti su essi o mettersi in contatto con gli autori delle foto o dei video.

4.1.3 Conoscere le modalità con cui proteggersi durante le attività nelle comunità online: definire le impostazioni di privacy in modo adeguato, limitare la disponibilità delle informazioni personali, usare messaggi privati quando è opportuno, disattivare le informazioni di geolocalizzazione, bloccare/segnalare utenti sconosciuti

Spesso, per accedere a una comunità virtuale è necessaria una iscrizione che comporta la comunicazione di **informazioni personali**. Poiché parte di queste informazioni saranno poi visualizzabili da altri utenti, è opportuno avere una certa prudenza, evitando, ad esempio, di comunicare dati personali a prescindere da quelli obbligatori, non rendendo pubblico a tutti il proprio profilo (in questo modo le informazioni che ci riguardano potranno essere visualizzate solo da persone che fanno parte della nostra cerchia di conoscenza), limitando le informazioni personali comunicate in sede di discussione, essendo prudenti nei contatti con persone estranee.



Occorre, inoltre, tener presente che le opinioni che noi esprimiamo e i materiali che condividiamo sono **potenzialmente visibili a tutto il mondo e non più cancellabili**, perché anche se eliminiamo un nostro intervento del quale ci pentiamo, copia dello stesso rimane a disposizione dell'autorità giudiziaria nei server della società che gestisce la comunità online, senza considerare che chiunque può aver effettuato copia del nostro intervento prima della sua cancellazione. Lo ripetiamo, perché è importante: tutto quello che inseriamo nel Web (testi, foto e quant'altro) può restarci per sempre e dobbiamo essere consapevoli che, anche a distanza di molto tempo, quei testi o quelle immagini potrebbero essere letti o viste proprio da chi non vorremmo. Inoltre, bisogna considerare il pericolo di dover rispondere anche legalmente della diffusione di informazioni false o diffamatorie, della promozione di idee o azioni illegali, oppure della diffusione di materiale protetto da copyright o dannoso (ad es. contenente malware).

Per questi stessi motivi, è opportuno:

- comunicare informazioni che riteniamo riservate solo tramite **messaggi privati** indirizzati a persone che riteniamo interessate e fidate (ad es., con *Facebook* possiamo adoperare la funzione *messaggio personale*);
- disattivare le **informazioni di geolocalizzazione** (che consentono a tutti di sapere dove ci troviamo nel momento in cui inviamo un messaggio) quando non le riteniamo opportune o necessarie, utilizzando le impostazioni del messaggio o quelle generali di privacy;
- provvedere a **bloccare utenti** che riteniamo inattendibili o pericolosi: in quest'ultimo caso è anche possibile segnalarli al gestore della comunità online perché provveda eventualmente a escluderli (con *Facebook*, ad esempio, è possibile *bloccare* utenti che non vogliamo tra i nostri contatti o *segnalare* dei post che riteniamo offensivi).

4.2 STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

4.2.1 Comprendere il termine “IM” (Instant Messaging)

Con il termine messaggistica istantanea (in inglese “instant messaging”, spesso abbreviato in **IM**) si indica un **sistema che consente di inviare e ricevere brevi messaggi** sapendo se il proprio interlocutore è collegato in quel momento a Internet.

Utilizzando una applicazione specifica (ad es. *WhatsApp*) o un analogo servizio integrato in un'applicazione (ad es. la chat di *Facebook*) sullo schermo del nostro dispositivo compare un riquadro (*contact list*; sign. “lista dei contatti”) che mostra quante e quali persone che conosciamo e il cui nome abbiamo memorizzato nell'applicazione, sono in quel momento collegate come noi in rete.

A quel punto si può chattare, spedire o ricevere un file, parlare con una o più di quelle persone. Quindi, rispetto alla e-mail lo scambio è immediato, rispetto alle chat non è aperto a tutti, ma solo ai propri contatti.

4.2.2 Comprendere i termini “SMS” (Short Message Service), “MMS” (Multimedia Message Service)

Il termine **SMS** deriva dalle iniziali di *Short Message Service*, che significa “servizio di messaggio breve” e indica messaggi di massimo 160 caratteri di testo (anche se è possibile inviare dei messaggi più ampi, concatenando più SMS l'un l'altro) che è possibile inviare a un cellulare sia utilizzando un altro cellulare, sia adoperando Internet.

È un servizio utilizzato soprattutto perché non richiede che il destinatario sia in linea nel momento in cui viene spedito, sia perché lo stesso SMS può essere inviato a più persone.

Il servizio SMS viene adoperato anche per l'invio di informazioni e pubblicità da parte di società e operatori di telefonia mobile, oppure per l'acquisto di servizi come suonerie o loghi per cellulare.

Un'evoluzione tecnologica dell'SMS – che però non ha incontrato grande fortuna, anche a causa dei suoi costi in genere maggiori – è l'**MMS** (da “Multimedia Messaging Service” = “servizio di messaggeria multimediale”) che, oltre al testo, contiene elementi multimediali: foto, suoni, filmati.

4.2.3 Comprendere il termine “VoIP” (Voice Over Internet Protocol)

Il termine VoIP deriva dalle iniziali di “Voice over Internet Protocol”, che significa “voce attraverso il protocollo Internet”. Si tratta di una **tecnologia che utilizza la rete Internet per effettuare telefonate**. La voce di un interlocutore, che è un segnale di tipo *analogico*, dopo essere stata convertita in formato *digitale* (in pratica una sequenza di 0 e di 1) viaggia attraverso la rete, per essere poi riconvertita in analogico (quindi di nuovo in voce) quando arriva all'altro interlocutore.

Il VoIP è molto diffuso, perché assicura notevoli risparmi (soprattutto nei casi di telefonate internazionali) rispetto ai metodi tradizionali utilizzati per le telefonate, pur offrendo un'eccellente qualità audio, a patto che si utilizzi una connessione a banda larga, vale a dire che assicura una notevole velocità nella trasmissione e nella ricezione dei dati. Inoltre, tramite il VoIP è possibile effettuare telefonate dirette verso le linee telefoniche tradizionali, anche se possediamo il solo collegamento a Internet e non un abbonamento telefonico.

Non solo: la tecnologia VoIP permette di avere più numeri telefonici, ad esempio uno da comunicare a tutti, un altro ai soli amici, un altro ancora al proprio lui o alla propria lei, ecc. È inoltre possibile abbinare al numero VoIP una segreteria telefonica o un servizio di trasferimento di chiamata verso un altro numero telefonico, anche cellulare. Le stesse compagnie telefoniche adottano spesso il VoIP per veicolare le proprie chiamate, perché in tal modo non sono più necessarie le costose centrali telefoniche di commutazione.

Le conversazioni VoIP possono usare come mezzo di trasmissione non solo Internet ma qualunque rete privata basata sullo stesso principio di funzionamento, per questo motivo alcune grandi aziende utilizzano le loro reti private per creare un proprio servizio VoIP. Tra i software VoIP, particolarmente diffuso è *Skype*.

4.2.4 Riconoscere il modo migliore di utilizzare la comunicazione elettronica: essere accurati e sintetici, indicare con chiarezza l'oggetto della comunicazione, non rivelare dettagli personali se non necessario, non diffondere materiale inappropriato, eseguire un controllo ortografico sul contenuto

Qualunque sia il sistema di comunicazione elettronica che utilizziamo (mail, SMS, chat, social network, messaggistica istantanea, forum, ecc.) occorre seguire alcune regole di correttezza, chiarezza e sicurezza:

- Quando inviate un messaggio, **indicate sempre l'oggetto** se esiste un'apposita casella (come nel caso delle mail o dei forum). In ogni caso, **siate sintetici**.
- **Non comunicate dati personali** (indirizzo, numero di telefono, numero di un eventuale carta che utilizziamo per acquisti, ecc.) se non è indispensabile.
- **Non inviate messaggi di tipo pubblicitario**, che spingono cioè a comprare un prodotto che voi consigliate (o, ancor peggio, che vendete), anche perché avreste una buona probabilità di avere come risposta dei rimproveri o dei veri e propri insulti.
- **Se condividete un qualsiasi tipo di file** (immagine, suono, video, di testo, ecc.) accertatevi di averne i diritti, vale a dire che non si tratti di un file di proprietà altrui. In caso di dubbio, evitate di trasmettere il file, perché potrebbero esserci conseguenze anche penali.
- Prima di inviare un messaggio, rileggetelo per correggere possibili errori. Le applicazioni di comunicazione elettronica mettono spesso in genere a disposizione un **controllore ortografico** che segnala i probabili errori sottolineandoli in rosso, ma se scrivete “finzione” al posto di “funzione”, l'applicazione non segnalerà nulla, perché le due parole sono entrambe comprese nel dizionario della lingua italiana, mentre il significato della frase potrebbe cambiare radicalmente. Nello stesso tempo, non siate intolleranti con chi commette errori sintattici o grammaticali, proprio perché possono essere dovuti (almeno si spera!) a errori di battitura.



4.3 CONCETTI DELLA POSTA ELETTRONICA

4.3.1 Comprendere il termine “e-mail” e conoscere i suoi impieghi principali

La **posta elettronica** (in inglese *electronic mail*, abbreviato in *e-mail*) rappresenta uno dei servizi Internet più utilizzati. Essa permette agli utenti collegati a una rete (a cominciare dalla più grande di queste reti: Internet) di scambiarsi messaggi, con la possibilità di allegarvi documenti, immagini, suoni, filmati, altri tipi di file. I messaggi spediti arrivano a destinazione in brevissimo tempo e non è necessario che il destinatario del messaggio sia collegato alla rete al momento dell'invio: quando si collegherà troverà il messaggio nella sua casella di posta elettronica.

La diffusione della posta elettronica è stata talmente rapida che non solo le aziende per il loro lavoro, ma anche la maggioranza dei privati cittadini preferisce inviare i propri messaggi tramite e-mail e non attraverso la posta tradizionale.

Esistono **applicazioni specifiche** per gestire la posta elettronica (ad es. *Outlook*, che fa parte del pacchetto *Microsoft Office*) ma è anche possibile utilizzarla tramite il collegamento a siti web (ad es. con *Gmail*) che ci permettono di visualizzare i messaggi ricevuti, spedirne di nuovi, gestire la casella di posta elettronica attraverso un servizio detto **webmail**.

Alla posta elettronica è dedicata la sezione 5 di questo modulo.

4.3.2 Capire come è strutturato un indirizzo di posta elettronica

Così come su una cartolina, su una lettera o su un pacco che volete inviare, dovete scrivere l'indirizzo al quale desiderate che sia recapitata la vostra corrispondenza, allo stesso modo in una e-mail dovete indicare l'**indirizzo di posta elettronica del destinatario**, indirizzo che in inglese è detto *e-mail address*, solitamente abbreviato in *e-mail*.

Un indirizzo di posta elettronica è **solitamente composto da due parti separate dal simbolo della chiocciola** (@). La parte che precede la chiocciola indica la persona, mentre quella che segue la chiocciola indica il cosiddetto “dominio”, che è in genere quello del provider nel caso di account basati su siti web (ad es. *mariorstorchi@gmail.com*) oppure è un dominio specifico per gli account basati su siti proprietari (ad es. *storchi@edizionimanna.com*).

Questo indirizzo potreste già conoscerlo, perché vi è stato comunicato dalla persona alla quale dovete inviare il messaggio di posta elettronica, oppure lo potete trovare in una pagina web (in molti siti, ad esempio, è indicato l'indirizzo di posta elettronica di chi ha realizzato il sito stesso).

Per capirne di più, **esaminiamo un indirizzo di posta elettronica**: *mariorstorchi@tin.it*

- La prima parte di questo indirizzo (*mariorstorchi*) rappresenta il **nome dell'utente** di posta elettronica. In questo caso fa riferimento al nome e cognome dell'intestatario di questa casella di posta elettronica (in questo caso: Mario R. Storchi). In altri casi, la prima parte di un indirizzo e-mail può riferirsi a qualcos'altro (l'indirizzo di posta elettronica della RAI comincia proprio con *rai*) o può essere un nome di pura fantasia.
- Dopo questa prima parte abbiamo il simbolo @ che serve da separatore e caratterizza gli indirizzi di posta. Questo simbolo, detto **chiocciola**, significa *presso*. Il simbolo @ indica, infatti, la società con la quale la persona ha sottoscritto un abbonamento per collegarsi a Internet (il cosiddetto *provider*), società *presso* cui è possibile contattare la persona alla quale appartiene la e-mail.
- Dopo la chiocciola abbiamo, nel caso dell'esempio in questione, il termine *tin*. Significa appunto che questa casella postale si trova presso una società che si chiama *tin* e che rappresenta il cosiddetto **dominio di secondo livello**.
- Infine, dopo il punto (.) che serve da separatore, abbiamo le ultime due lettere (*it*), che sono un'abbreviazione del nome dello Stato al quale appartiene la società che ospita questa casella postale elettronica e che rappresenta il **dominio di primo livello**. In questo caso, *it* significa Italia.

Per essere ancora più chiari:

E-mail:	mariorstorchi	@	tin	.	it
	↓	↓	↓	↓	↓
Significato:	persona	AT(presso)	provider	(punto)	nazione

Tenete comunque presente che **a volte l'indirizzo di posta elettronica può apparire un po' diverso**. Ad esempio, gli indirizzi e-mail degli Stati Uniti in genere non hanno le due letterine finali che indicano lo Stato. Altre volte, dopo il simbolo @ non troviamo il nome del *provider*, ma una o più parole che ci indicano il cosiddetto *host* (è il dominio che ospita la casella postale) e il *dominio* (la rete alla quale è collegato l'*host*). Infatti, diversi siti offrono gratuitamente la possibilità di creare nuovi account di posta elettronica: è il caso, ad esempio, di *Gmail*.

L'indirizzo di Bill Gates, fondatore della *Microsoft* (e uno degli uomini più ricchi del mondo) è ad esempio il seguente: *billgates@microsoft.com*. In questo caso *microsoft* significa che il dominio che ospita la e-mail è quello della società *Microsoft*, mentre il termine *com* significa che si è scelto di adottare un dominio di tipo commerciale.

4.3.3 Essere consapevoli dei possibili problemi durante l'invio di file allegati, quali limiti alle dimensioni del file, limitazioni sui tipi di file

Come abbiamo detto, uno dei vantaggi della posta elettronica è quello di poter inviare insieme a un messaggio anche uno o più file: può trattarsi di un'immagine, di un audio, di un breve video, ecc.

Vi sono, però, dei **limiti all'invio di questi "allegati"**. Un primo limite riguarda la loro **dimensione**: per ridurre il traffico in rete, le società che offrono caselle di posta elettronica consentono di inviare o ricevere allegati solo se essi non superano un certo limite, che in genere si aggira tra i 5 e i 10 Megabyte, ma non mancano limiti più stretti. Per ridurre le dimensioni dei file allegati, possiamo ricorrere a programmi di compressione, senza tuttavia dimenticare che gli allegati vanno spediti solo se richiesti o se li si reputa necessari. Potremmo, ad esempio, voler inviare una presentazione in *PowerPoint* di circa 10 Megabyte che riteniamo molto divertente a uno o più nostri amici, ma dobbiamo tener presente che qualcuno di questi nostri amici potrebbe avere una connessione a Internet lenta o costosa, per cui potrebbe trovare quella presentazione non tanto divertente quanto, piuttosto, una inutile perdita di tempo o di soldi!

L'esigenza, inoltre, di combattere l'invio di virus o altro software dannoso, fa sì che spesso i gestori di posta elettronica rendano impossibile **inviare come allegati dei file eseguibili** (vale a dire con estensioni del tipo *.exe .com .bat*, ecc.) o file con altri tipi di estensioni potenzialmente rischiose (del tipo: *.vbs .scr .pif*, ecc.).

4.3.4 Illustrare la differenza tra i campi "A", "Copia conoscenza" (Cc), "Copia nascosta" (Ccn) e comprenderne l'utilizzo più adeguato

Quando si invia un messaggio, l'indirizzo di posta elettronica al quale inviare la mail va digitato nella **casella A**. Se i destinatari sono più di uno è possibile indicarne i diversi indirizzi e-mail nella stessa casella, separati l'uno dall'altro da una virgola o da un punto e virgola.

Se desideriamo che un'altra persona riceva una copia della nostra mail, possiamo scriverne l'indirizzo mail nella **casella Cc** (significa "Copia per Conoscenza"). Anche in questo caso, è possibile indicare diversi indirizzi mail, separati da una virgola o da un punto e virgola.

Se, invece, vogliamo inviare copia della mail a una o a più persone senza che il destinatario principale ne sia a conoscenza (le cosiddette *copie silenti* o *copie nascoste*), scrivete gli indirizzi di questa o queste persone nella **casella Ccn** (significa "Copia per Conoscenza Nascosta") che permette appunto di inviare la lettera a un destinatario senza che il suo indirizzo appaia agli altri destinatari.



La casella *Ccn* è particolarmente utile in campo aziendale, in quanto permette di inviare lo stesso messaggio a una lista di indirizzi senza che i destinatari vengano a conoscenza dell'identità e degli indirizzi degli altri destinatari.

4.3.5 Essere consapevoli della possibilità di ricevere messaggi fraudolenti o non richiesti. Essere consapevoli del rischio di infettare il computer attraverso messaggi di posta elettronica

È inevitabile ricevere nella propria casella di posta elettronica delle e-mail non richieste. Spesso si tratta di proposte commerciali: vendita di medicinali dall'estero, di imitazioni di prodotti di lusso, pubblicità di siti pornografici, false offerte di posti di lavoro, pubblicità di casinò stranieri, ecc. Si tratta del fenomeno chiamato **spam**. Per chi effettua gli acquisti proposti da questo tipo di mail non c'è solo il rischio di pagare per qualcosa che non si riceverà mai, ma anche di essere coinvolto in un procedimento penale, in quanto la dogana controlla le spedizioni sospette che arrivano dai paesi extracomunitari.

Oltre allo spam è frequente ritrovare nella propria casella di posta elettronica **altri messaggi non richiesti**: alcuni provocano solo perdita di tempo ("catene di Sant'Antonio", mail spedite da persone che inviano i propri messaggi in copia a decine di indirizzi, ecc.), ma altri possono contenere al loro interno virus o altro tipo di malware.

Le stesse società che ci hanno messo a disposizione la mail box cercano di filtrare i messaggi che ci pervengono, bloccando o segnalando come possibile spam messaggi di questo tipo; esistono poi diversi software che si occupano di questo servizio, a cominciare dalle stesse applicazioni di posta elettronica che prevedono al loro interno delle caselle denominate *spam*, *posta indesiderata* o simili.

Questo, purtroppo, non ci garantisce in assoluto dal ricevere messaggi indesiderati e potenzialmente pericolosi. Nella posta elettronica, infatti, in particolare nei suoi allegati, si possono nascondere virus e altri tipi di malware. Per questo motivo occorre **controllare gli allegati di posta con un buon antivirus**, da aggiornare frequentemente. Per maggiore sicurezza, se ricevete un messaggio di posta elettronica contenente un allegato e proveniente da una persona che non conoscete, considerate la possibilità di cancellare definitivamente il messaggio senza neppure aprirlo. Prestate attenzione anche a mail apparentemente inviate da persone conosciute: l'indicazione del mittente non è infatti una garanzia assoluta, esistono numerosi sistemi per inviare una mail falsificando il mittente. Non solo: se il computer del mittente è stato infettato da un virus o da un altro tipo di malware, i messaggi vengono spediti a tutti gli indirizzi contenuti nella sua rubrica senza che il proprietario del computer se ne renda conto.

4.3.6 Comprendere il termine "phishing"

Con il termine *phishing* si indicano le tecniche usate da alcuni truffatori per ottenere l'**accesso illecito a informazioni personali e riservate mediante l'utilizzo di messaggi di posta elettronica fasulli** ma apparentemente autentici. Tramite questi messaggi, l'utente è ingannato e portato a rivelare dati personali come numero di carta di credito, nome utente, password o altri dati personali.

In pratica, si riceve una mail apparentemente proveniente da una banca, da un sito di commercio online, da Poste Italiane, ecc. nella quale si avvisa di un problema di verifica dati, di un controllo a campione, della vincita di un premio o di una somma di denaro, con la richiesta di cliccare su un link e inserire alcuni dati personali. Cliccando sul link, la persona visualizza sul proprio schermo un sito che è simile a quello originale ed è quindi più facile cadere nel tranello. Una volta comunicati i propri dati personali o finanziari, questi vengono usati dai truffatori che hanno spedito il messaggio per effettuare acquisti o trasferire somme di denaro a nostre spese.

Ricordate che nessuna azienda seria chiede informazioni personali attraverso un messaggio, per cui non bisogna mai comunicare propri dati in risposta a un messaggio non richiesto.

5 Uso della posta elettronica

Esistono numerose **applicazioni** dedicate alla gestione della posta elettronica: *Posta*, inclusa nella versione 10 del sistema operativo *Windows*, *Outlook* che fa parte del pacchetto *Microsoft Office*; *Thunderbird*, ecc. Al di là dei diversi nomi, le app di posta elettronica presentano molte somiglianze nei comandi e nelle procedure.

È anche possibile gestire la posta elettronica tramite la cosiddetta **webmail**, un servizio che consente di consultare la propria email accedendo a essa direttamente dal sito del gestore, inserendo username e password. Consultare la posta elettronica in questo modo ha vantaggi e svantaggi. Il vantaggio è di avere la possibilità di visionare le proprie mail da un qualsiasi computer collegato a Internet. Gli svantaggi principali sono il non disporre, in genere, delle mail sul proprio computer se non quando si è connessi a Internet (poiché esse non vengono scaricate, ma solo visualizzate), il rischio di poter occupare tutto lo spazio concesso dal gestore della posta elettronica, il fastidio di trovare nella pagina anche delle pubblicità. Anche le webmail hanno strutture e procedure fondamentalmente simili.

In questo volume utilizzeremo come webmail di riferimento *Gmail*, di proprietà di *Google* (il nome completo è, infatti, *Google Mail*), sia perché è la più diffusa, sia perché è quella più utilizzata per gli esami ICDL.

5.1 INVIO DI UN MESSAGGIO

5.1.1 Accedere ad un account di posta elettronica

Per **accedere al proprio account di posta elettronica** occorre inserire il proprio nome utente (che generalmente corrisponde all'indirizzo mail) e la password.

Ovviamente, se si utilizza un'applicazione di posta elettronica, occorrerà anzitutto avviarla, mentre se adoperiamo una webmail dovremo prima digitare nel browser l'indirizzo dell'interfaccia della webmail (ad es. mail.google.com), poi indirizzo mail e password e infine cliccare sul pulsante *Accedi* (o *Entra* o simili).

5.1.2 Comprendere lo scopo principale delle cartelle standard di posta elettronica: Posta in arrivo, Posta in uscita, Posta inviata, Posta eliminata/Cestino, Bozze, Indesiderata/Spam

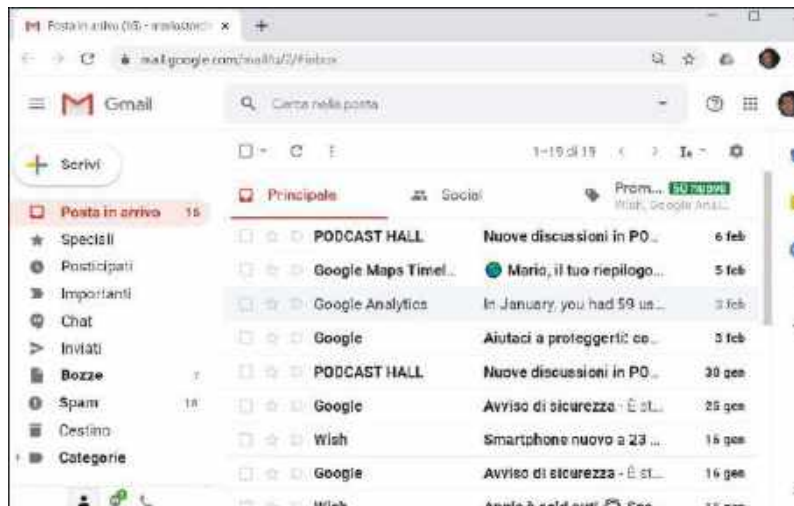
I messaggi che riceviamo e inviamo vengono memorizzati nel nostro dispositivo se utilizziamo una app di posta elettronica (*Outlook*, *Thunderbird*, *Posta per Windows 10*, ecc.), mentre sono memorizzati su server remoti se utilizziamo una webmail (ad es. *Gmail*).

In entrambi i casi, per motivi di praticità, i messaggi sono suddivisi in alcune cartelle. Le **cartelle standard di posta elettronica** sono:

- *Posta in arrivo*: contiene tutte le e-mail ricevute.
- *Bozze*: contiene le e-mail incomplete o che si intende rivedere prima di inviarle.
- *Posta inviata*: contiene una copia di tutte le e-mail inviate.
- *Spam* (o *Posta indesiderata*, alcune app possiedono entrambe queste cartelle): contiene le mail ritenute messaggi commerciali non richiesti e quelle provenienti da mittenti che noi abbiamo deciso di "bloccare" (punto 5.4.7).
- *Cestino* (o *Posta eliminata*): archivia le e-mail che sono state cancellate, in attesa di una eliminazione definitiva.
- *Posta in uscita*: vi si trovano le eventuali e-mail in fase di invio.

Oltre a queste cartelle ce ne possono essere altre create dall'utente. Se, ad esempio, si ricevono molti messaggi, può essere utile creare cartelle corrispondenti ai principali mittenti, così da poterle suddividere.

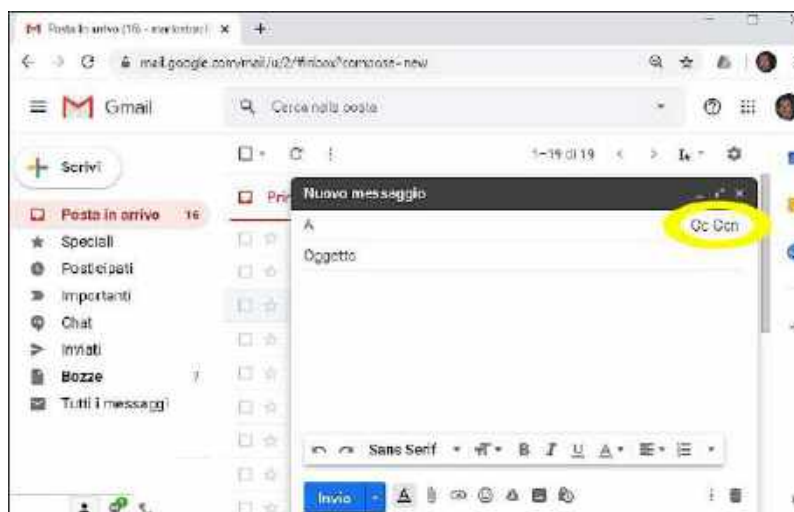
Nella finestra principale di *Gmail* (v. fig. successiva), le cartelle sono elencate nella colonna di sinistra. Per visualizzarle tutte, preesistenti ed eventualmente create successivamente, basta portare il puntatore nella colonna di sinistra per espandere la visualizzazione a tutte le cartelle disponibili.



5.1.3 Creare un nuovo messaggio

Per **creare un nuovo messaggio** con *Gmail*, cliccate sul pulsante *Scrivi*, ben visibile in alto a sinistra.

Si aprirà la finestra di composizione del messaggio, con i campi nei quali digitare destinatario, oggetto e testo del messaggio (v. fig. successiva).



5.1.4 Inserire uno o più indirizzi di posta elettronica, liste di distribuzione, nei campi “A”, “Copia conoscenza” (Cc), “Copia nascosta” (Ccn)

Nella finestra di composizione del nuovo messaggio, occorre scrivere nel **campo A** l'indirizzo mail della persona alla quale inviare il messaggio. Nello stesso campo è possibile inserire anche gli indirizzi di altri eventuali destinatari (se vogliamo inviare lo stesso messaggio a più persone), semplicemente digitandoli dopo i precedenti.

Se occorre inviare il messaggio in conoscenza a un'altra o ad altre persone, occorre digitare i loro indirizzi nel **campo Cc...** (significa *Copia per Conoscenza*) che compare dopo aver cliccato sull'omonimo pulsante (evidenziato nella fig. precedente).

Se volete inviare il messaggio ad altre persone senza che di questo vengano a conoscenza il destinatario o i destinatari, inserite gli indirizzi nel **campo Ccn...** (significa *Copia per Conoscenza Nascosta*). Anche in questo caso, il campo compare dopo aver cliccato sull'omonimo pulsante.

In tutti i casi, mentre scrivete l'indirizzo del destinatario, vi saranno proposti dei suggerimenti basati sui caratteri che avete digitato sino a quel punto e su indirizzi già presenti in rubrica o precedentemente utilizzati.

Se avete già creato una rubrica di contatti, potete cliccare sulle voci dei vari campi (A, Cc, Ccn) per aprire la finestra dei contatti e scegliere da lì gli indirizzi. Infine, se avete creato delle liste di distribuzione (sono elenchi di indirizzi, dei quali parleremo al punto 5.3.6) potete inviare il messaggio a una di esse digitando il nome della lista nel campo A: Cc: oppure Ccn:

5.1.5 Inserire un titolo adeguato nel campo “Oggetto” e inserire, copiare testo nel corpo del messaggio

Nel campo **Oggetto** andrà digitato un titolo che indichi sinteticamente l'argomento del vostro messaggio: ad esempio “Auguri per l'onomastico”, oppure “richiesta informazioni” ecc. Non inviate mail senza oggetto, perché è una delle primissime informazioni che vengono lette dal destinatario e, a volte, i messaggi senza oggetto vengono cestinati per il timore che contengano malware.

Una volta inserite le informazioni preliminari (destinatario o destinatari, oggetto), potete scrivere il messaggio vero e proprio nell'apposito campo, utilizzando anche le opzioni di formattazione che ci permettono di scegliere tipo e grandezza del carattere, colori, ecc. In *Gmail*, per accedere alle opzioni di formattazione dobbiamo selezionare il pulsante **A** che compare in basso, subito dopo il pulsante *Invia*.

È anche possibile scrivere un testo con un altro programma, ad esempio *Word*, o prelevare da un sito web o da un altro messaggio, per poi copiarlo e incollarlo nell'applicazione di posta elettronica o nel campo di testo *Gmail*. Per farlo occorre innanzi tutto selezionare il testo da copiare (clic del pulsante sinistro del mouse e trascinamento dello stesso tenendo il pulsante premuto mentre selezioniamo il testo che ci interessa), poi scegliere **Copia** dal menu a tendina che si apre cliccando con il tasto destro sul testo selezionato. Posizionate quindi il cursore nel punto dove volete copiare il testo (nel messaggio col quale si sta lavorando o in un altro) e, sempre dal menu che compare cliccando con il tasto destro, scegliete **Incolla**.

Se sono aperti entrambi i documenti, sarà sufficiente passare da uno all'altro premendo sulla relativa icona sulla barra delle applicazioni, nella parte inferiore dello schermo. Se, invece di copiare, intendiamo spostare il testo da un documento all'altro (cancellandolo, quindi, dal primo dei due documenti) basta utilizzare il comando *Taglia* al posto del comando *Copia*.

5.1.6 Aggiungere, eliminare un file allegato al messaggio

A un messaggio è generalmente possibile allegare diversi tipi di file: documenti, immagini, ecc. Descriviamo la procedura da seguire con *Gmail*, ricordando che anche con altre applicazioni o webmail le operazioni sono pressoché identiche.

Per **allegare un file a un messaggio**:

- innanzi tutto seguite tutti i procedimenti già indicati per scrivere la mail;
- poi, nella finestra di composizione del messaggio, cliccate sul pulsante *Allega file*, che rappresenta un fermaglio (o graffetta) metallico e che trovate in basso, alla destra del pulsante *Invia*;
- nel riquadro che compare, scegliete all'interno del vostro dispositivo (o periferiche di memoria a esso collegate: penna USB, disco esterno, scheda di memoria, ecc.) quale file volete inviare, selezionando prima la cartella che lo contiene e poi il nome del file;



- comparirà a questo punto una casella all'interno della quale sarà riportato il nome del file che avete deciso di inviare, con la sua dimensione in byte, e ne verrà avviato il caricamento, il cui avanzamento è segnalato da una barra;
- per allegare più file ripetete l'operazione: anche i successivi file verranno visualizzati nella casella con le loro relative dimensioni.

Alla fine di tutte queste operazioni non dimenticatevi di cliccare sul pulsante *Invia* per spedire la vostra e-mail e i relativi allegati.

Se decidete di **non voler più inviare un allegato**, basta cliccare sulla **X** che compare all'estrema destra della casella nella quale è riportato il nome dell'allegato. Il file verrà cancellato solo come allegato e non dall'unità di memoria nella quale è conservato.

5.1.7 Inviare un messaggio con o senza priorità

Una volta terminato di scrivere il messaggio e averlo riletto per correggere eventuali errori, per inviarlo si clicca sul **pulsante *Invia***.

In alcune app di posta è possibile **assegnare un livello di priorità – vale a dire di importanza – ai messaggi da inviare**, in modo che il destinatario possa sapere se un messaggio è urgente o no. I livelli di priorità sono in genere tre: alta, normale e bassa.

Ad esempio con *Posta per Windows*, quando scrivete un messaggio gli viene automaticamente assegnata la priorità normale. Per modificarla occorre cliccare prima su *Opzioni* (evidenziato in giallo nella fig. successiva) e poi sul pulsante *Priorità alta* (rappresentato da un punto esclamativo rosso) o sul pulsante *Priorità bassa* (rappresentato da una freccia diretta in basso), entrambi evidenziati in rosso nella fig. successiva.



Ricordate che:

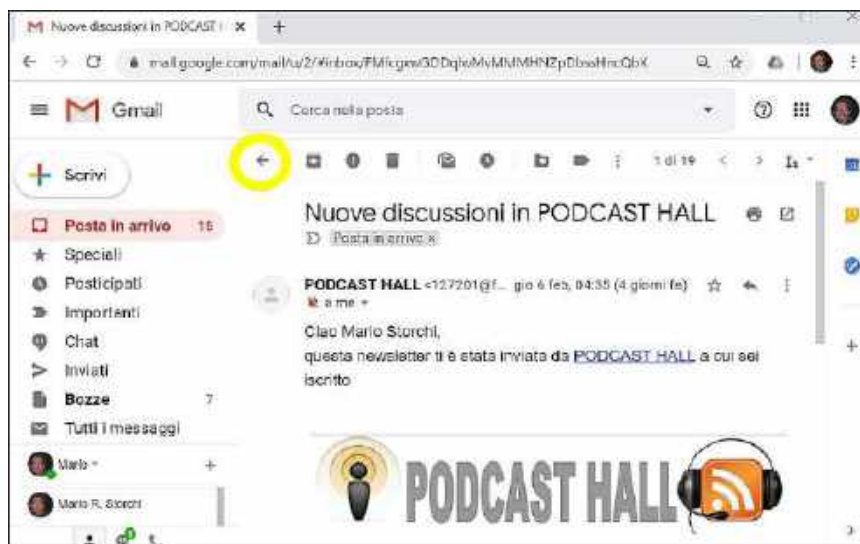
- la priorità non è disponibile in alcune webmail, come *Gmail*;
- la priorità scelta è valida solo per il messaggio che si sta scrivendo;
- questo tipo di segnalazione va utilizzato con moderazione, riservando la priorità alta solo ai messaggi davvero urgenti;
- la priorità scelta non ha alcun effetto sulla velocità di trasmissione della posta: sia che scegliate priorità normale, alta o bassa, la vostra mail raggiungerà il destinatario sempre negli stessi identici tempi.

5.2 RICEVERE UN MESSAGGIO

5.2.1 Aprire, chiudere un messaggio

La casella mail viene controllata automaticamente ogni volta che ci si collega alla webmail o si avvia l'applicazione di posta elettronica. Se sono arrivati nuovi messaggi, questi vengono collocati nella cartella *Posta in arrivo*, che di solito riporta tra parentesi il numero dei nuovi messaggi giunti. Di ogni mail ricevuta sono mostrate le informazioni essenziali: da chi è stata inviata, qual è l'oggetto del messaggio, qual è la data.

Per **aprire un messaggio** basta cliccare sulla sua intestazione, vale a dire la riga nella quale compaiono le informazioni essenziali al suo riguardo: mittente, oggetto, orario. Se il messaggio è troppo lungo per essere visualizzato interamente nel riquadro di anteprima (v. fig. successiva), per leggerlo tutto dovrete utilizzare la barra di scorrimento.

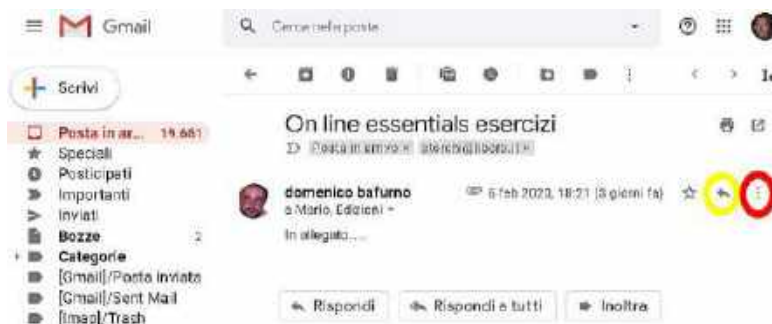


Per **chiudere un messaggio**, basta spostarsi in un'altra cartella di posta elettronica. In alternativa, con *Gmail*, si può cliccare sul pulsante *Torna a Posta in arrivo*, che rappresenta una freccia diretta a sinistra ed è evidenziato nella fig. precedente. ←

5.2.2 Usare le funzioni “Rispondi” e “Rispondi a tutti” e identificare i casi in cui dovrebbero essere utilizzate

Rispondere a un messaggio significa re-inviare il messaggio ricevuto con acclusa la nostra risposta: in questo modo è possibile rispondere a chi ci scrive, senza dover digitare il suo indirizzo di posta elettronica.

Per utilizzare la funzione **Rispondi** con *Gmail*, occorre selezionare l'omonimo pulsante che rappresenta una freccia curva diretta a sinistra (in giallo nella fig. successiva).



Comparirà la finestra di composizione nella quale scrivere il messaggio di risposta: l'indirizzo e-mail al quale spedirlo sarà quello del mittente, l'oggetto quello del messaggio che è pervenuto preceduto dal prefisso *Re:* che significa che è una risposta a un precedente messaggio (*Re* è, infatti, l'abbreviazione di *Reply*, che in inglese significa “risposta”).

Se il messaggio che avete ricevuto non era diretto solo a voi, ma anche ad altri destinatari, potete inviare la vostra risposta non solo a chi ve lo ha spedito ma anche a tutti gli altri destinatari.



Attenzione: se il messaggio era inviato a un numero elevato di destinatari oppure se volete comunicare solo con il mittente, utilizzate il tasto *Rispondi*, oppure utilizzate *Rispondi a tutti* rimuovendo i destinatari non necessari. Ad esempio, se ricevete in copia una mail inviata anche a decine di altre persone, e intendete diffidare la persona che ve l'ha inviata dallo scrivervi altri messaggi di questo genere, dovete utilizzare la funzione *Rispondi* per evitare che il vostro messaggio di risposta arrivi anche a tutti gli altri destinatari, aumentando il disturbo generale.

Per utilizzare la funzione ***Rispondi a tutti***, selezionate prima *Altro* (in rosso nella fig. precedente) e poi, dal menu che si apre, *Rispondi a tutti*. Anche in questo caso comparirà la finestra di composizione nella quale scrivere il messaggio di risposta.

Anche se utilizzate altre applicazioni o una webmail, i comandi e le procedure sono simili.

Con *Gmail* è disponibile anche una procedura più immediata: alla fine dell'anteprima della mail compaiono i pulsanti *Rispondi*, *Rispondi a tutti*, *Inoltra*. Basta cliccare su una delle opzioni per poi scrivere direttamente il testo della nostra mail.

Alla fine, selezionate *Invia* per spedire il messaggio.

5.2.3 Inoltrare un messaggio

A volte, può essere necessario **spedire ad altre persone un messaggio da noi ricevuto o inviato: si tratta del cosiddetto "inoltro"**.

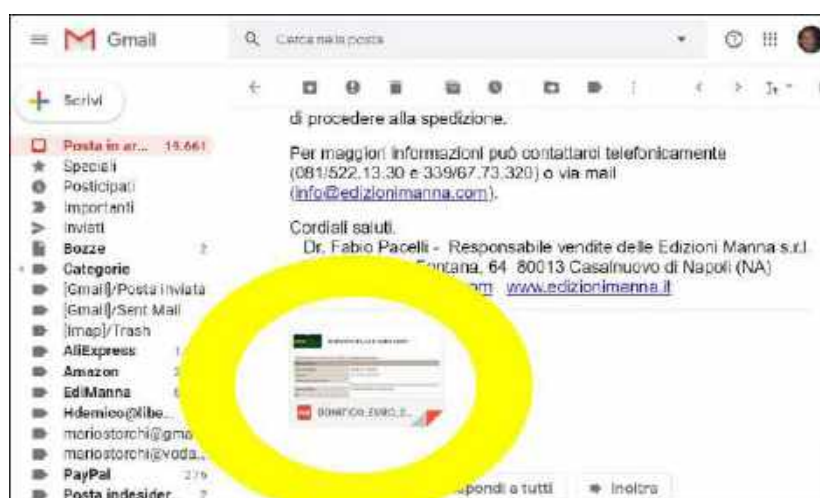
Con *Gmail*, il comando *Inoltra* è disponibile dopo aver cliccato sul pulsante *Altro* (in rosso nella fig. precedente) che apre un menu con diverse opzioni. In alternativa, basta cliccare sul pulsante *Inoltra* che compare alla fine dell'anteprima della mail. Alla fine, selezionate *Invia* per spedire il messaggio.

Anche in questo caso, comandi e procedure sono simili anche se utilizzate altre applicazioni o una webmail.

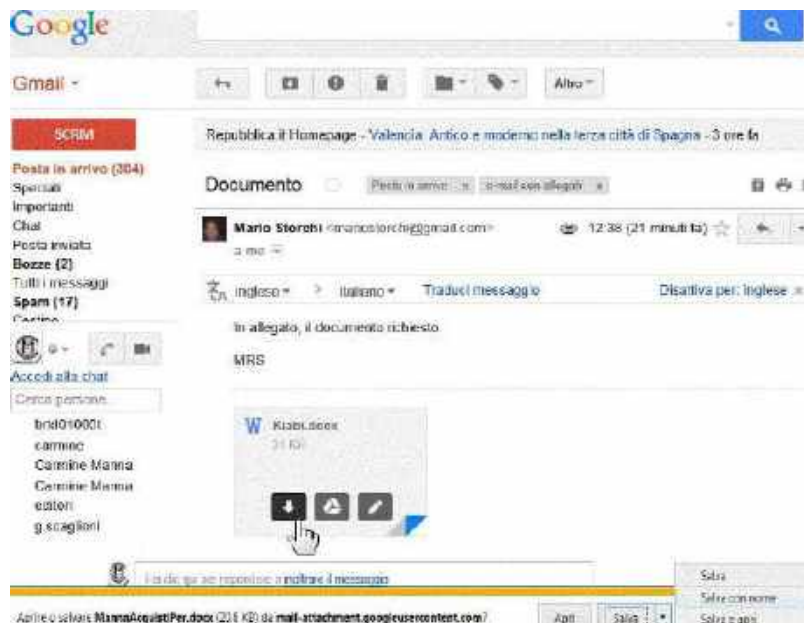
5.2.4 Aprire, salvare un allegato su un disco

Nell'elenco dei messaggi, le mail contenenti un allegato (documento, immagine, suono, filmato o altro) sono generalmente segnalate dalla presenza di un'icona a forma di fermaglio metallico.

Se volete **aprire un allegato** con *Gmail* basta cliccare una sola volta sull'allegato che compare alla fine del testo della mail (evidenziato nella fig. successiva) per aprirlo con una delle applicazioni disponibili online, ad es. *Documenti Google* se si tratta di un file di testo o di un foglio di calcolo.



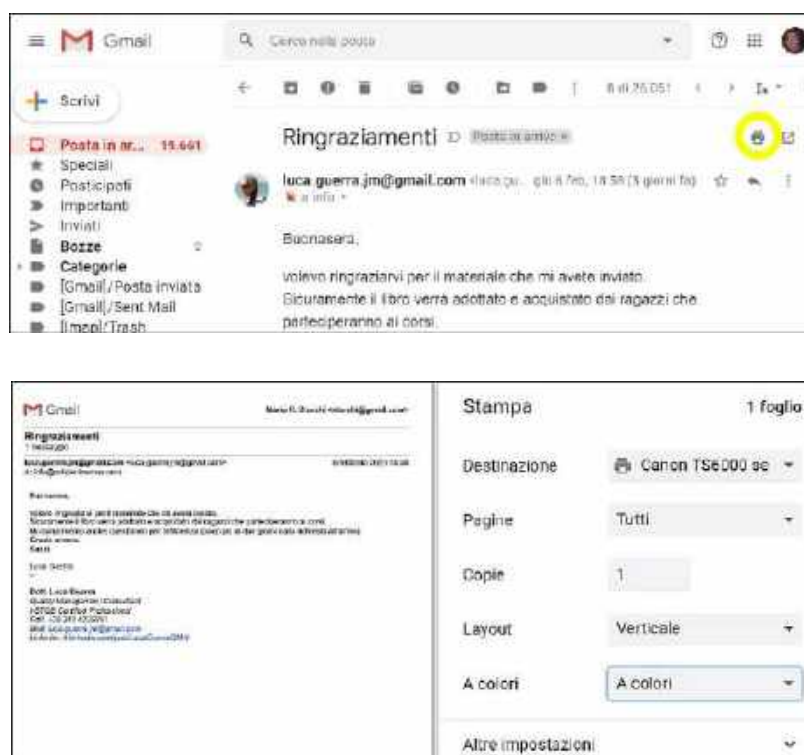
Per **salvare un allegato** con *Gmail*, cliccate sul pulsante *Scarica* (indicato dal puntatore nella fig. successiva) che compare portando il puntatore del mouse sull'allegato per avviare lo scaricamento del file nella cartella predefinita per i download.



Se gli allegati sono due o più, potete anche cliccare sul pulsante *Scarica tutti gli allegati* per salvarli tutti, oppure selezionare tra essi quelli che volete salvare.

5.2.5 Visualizzare l'anteprima di stampa di un messaggio, stamparlo usando le opzioni di stampa disponibili

Per **stampare un messaggio** con *Gmail*, dopo aver aperto il messaggio basta cliccare sull'icona della stampante che compare nella parte destra in alto (indicata dal puntatore nella fig. successiva) per avviare il processo di stampa e visualizzarne a sinistra una ampia anteprima e a destra le diverse opzioni previste per la stampa: quale stampante utilizzare, quali pagine stampare, quante copie, l'orientamento della pagina e così via (v. fig. successiva).

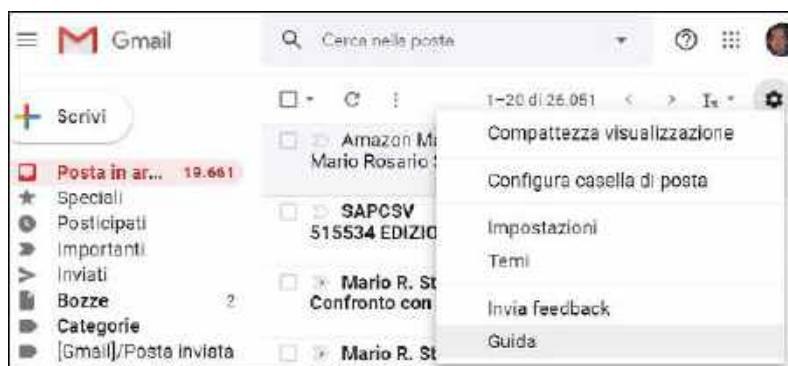




5.3 STRUMENTI E IMPOSTAZIONI

5.3.1 Usare le funzioni disponibili di Guida in linea del programma

Per **usare la Guida in linea di Gmail** occorre cliccare prima sul pulsante delle *Impostazioni* (in alto a destra, rappresenta un ingranaggio) e poi su *Guida* (v. fig. successiva) per aprire una finestra che presenta in alto una casella di ricerca e più in basso una lista di argomenti.



5.3.2 Mostrare, nascondere le barre degli strumenti. Minimizzare, ripristinare la barra multifunzione

Gmail non dispone di *barre degli strumenti* o della *barra multifunzione*, presente invece in Outlook per accedere rapidamente ai comandi più utili dell'applicazione.

Come negli altri programmi dei pacchetti Microsoft Office (Word, Excel, ecc.) la **barra multifunzione di Outlook** è organizzata in schede (*File, Home, Invia/Ricevi, Cartella, Visualizza*), a loro volta suddivise in gruppi (ad es., quando è visualizzata la scheda *Home*, sono presenti i gruppi *Nuovo, Elimina, Rispondi*, ecc.). Se vogliamo guadagnare più spazio sullo schermo per visualizzare il documento al quale stiamo lavorando, possiamo **minimizzare la barra multifunzione** utilizzando una delle seguenti procedure:

- cliccando due volte rapidamente sul nome della scheda attiva;
- premendo contemporaneamente i tasti *Ctrl* e *F1*;
- cliccando sulla freccia in basso che compare nella barra di accesso rapido;
- cliccando prima con il tasto destro sul nome di una delle schede e poi scegliendo, dal menu a tendina che compare, *Riduci a icona barra multifunzione*.

La barra minimizzata mostra solo i nomi delle schede, senza i contenuti abitualmente riportati nella barra multifunzione completa. Per **ripristinare la barra multifunzione**, vale a dire per riportarla alle sue dimensioni originali, basterà ripetere una delle due operazioni che servono a minimizzarla.

5.3.3 Creare e inserire una firma testuale in un messaggio

Alcune applicazioni di posta elettronica e webmail permettono di **creare una firma** che può essere aggiunta automaticamente alla fine di ogni messaggio inviato. Nella firma è possibile inserire nome, indirizzo email, numero di telefono e altre informazioni che si desidera appaiano in fondo ai propri messaggi.

Se utilizziamo **Gmail** dovremo cliccare sul solito pulsante dell'ingranaggio (evidenziato nella fig. successiva), scegliere **Impostazioni** e poi inserire il testo della firma nell'omonimo campo che troviamo nella scheda **Generali**. Alla fine, ricordatevi di cliccare su **Salva modifiche** nella parte inferiore della pagina, per confermare l'operazione.



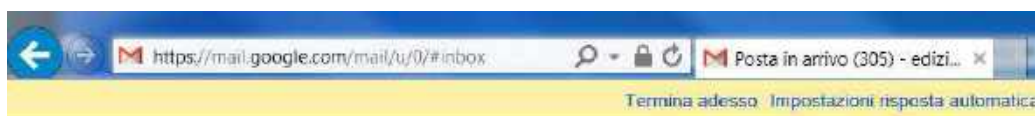
5.3.4 Attivare, disattivare una risposta automatica di assenza dall'ufficio

Se si va in vacanza, oppure non si ha accesso a Internet, è possibile **impostare un risponditore automatico** per far sapere a chi ci invia un messaggio che non ci è possibile rispondergli subito. In questo modo chi ci scrive riceverà automaticamente una risposta.

Con **Gmail** clicchiamo sull'icona dell'ingranaggio in alto a destra e scegliamo **Impostazioni**. Nella scheda **Generali** troveremo in basso la sezione **Risponditore automatico** (poco sotto la sezione **Firma** di cui abbiamo parlato nel punto precedente). Selezioniamo con un clic la voce **Attiva risponditore automatico**, scegliamo in che periodo dovrà funzionare (indicandolo nelle caselle **Primo giorno** e **Ultimo giorno**) e digitiamo nelle caselle **Oggetto** e **Messaggio** rispettivamente l'oggetto e il testo del messaggio che vogliamo sia automaticamente spedito a chi ci scrive.

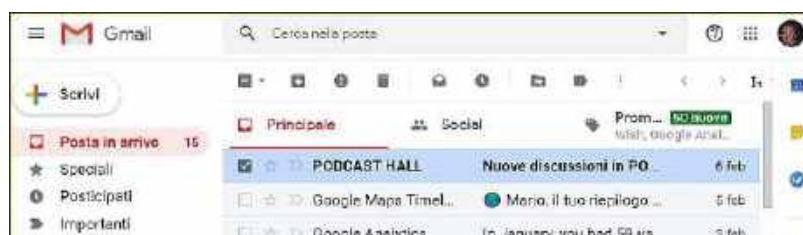
Sempre nella stessa sezione, possiamo scegliere tipo, dimensione e colore dei caratteri, inserire immagini o link, oppure scegliere se inviare la risposta automatica solo agli indirizzi già presenti nella nostra rubrica. Alla fine, clicchiamo su **Salva modifiche**.

Il risponditore automatico funzionerà per il periodo da noi indicato nelle caselle **Primo giorno** e **Ultimo giorno**, tranne che per i messaggi classificati come spam o spediti da un gruppo al quale si è eventualmente iscritti. Nel periodo del suo funzionamento, **Gmail** mostrerà in alto una riga evidenziata contenente due link: **Termina adesso** per disattivare subito la risposta automatica, **Impostazioni risposta automatica** per modificare le impostazioni (v. fig. successiva).



5.3.5 Riconoscere un messaggio come letto, non letto. Marcare un messaggio come non letto, già letto. Marcare, smarcare un messaggio di posta elettronica

Nelle app di posta e nelle webmail, i messaggi non ancora letti sono evidenziati con parti in grassetto o colorate: nella fig. successiva si può vedere come il primo dei tre messaggi sia segnalato come non letto.





Quando i nuovi messaggi vengono letti, essi compaiono con il carattere normale. È però possibile **marcare anche i messaggi già letti come non letti**, ad esempio per ricordarci di rispondere.

Occorre cliccare sul messaggio con il tasto destro e poi scegliere *Segna come da leggere*. Questa stessa procedura, eseguita su un messaggio marcato come non letto, lo marcheranno come già letto: in questo caso la voce da scegliere sarà *Segna come già letto*.

È anche possibile **evidenziare una mail che si ritiene più importante**. Se utilizzate *Gmail* cliccate sull'ultima icona che compare nell'elenco dei messaggi (indicata dal puntatore nella fig. successiva), che si colora in giallo dopo averci cliccato. Effettuando nuovamente l'operazione, il messaggio che avevamo precedentemente marcato sarà smarcato.



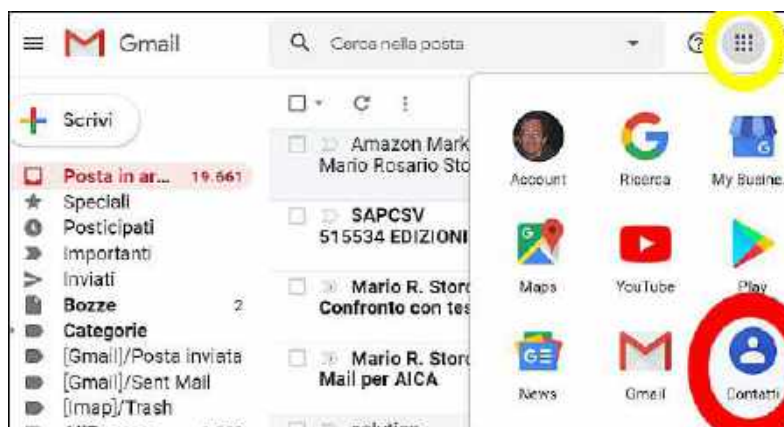
Come si vede nella figura, *Gmail* offre anche un altro tipo di evidenziazione, destinata ai messaggi ritenuti *Speciali*, alla quale si accede cliccando sulla seconda icona, a forma di stella. Anche in questo caso l'icona apparirà in giallo se selezionata e basterà cliccarci nuovamente sopra per deselectionarla.

5.3.6 Creare, eliminare, aggiornare un contatto, una lista di distribuzione

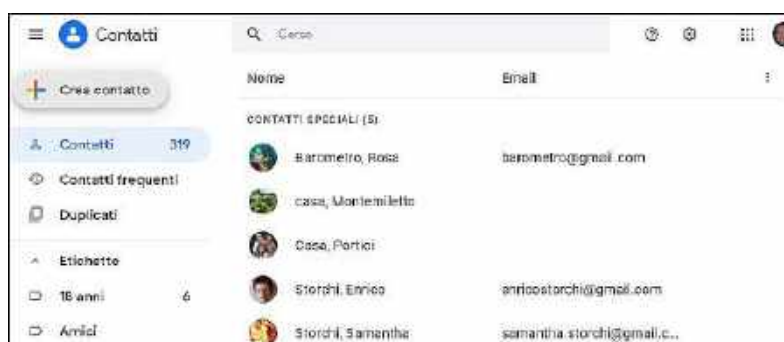
Per agevolare l'utilizzo della posta elettronica, è utile disporre di una rubrica nella quale memorizzare gli indirizzi mail e altre informazioni relative ai nostri contatti.

Mentre in altre applicazioni (ad es. *Outlook*), la rubrica fa parte del programma di posta elettronica, in *Gmail* la sezione *Contatti* è separata, ma fa parte di un pacchetto strettamente collegato, che comprende tra l'altro la posta elettronica, il calendario e, per l'appunto, la rubrica dei contatti.

Clicchiamo prima sul pulsante *App Google*, e poi su *Contatti* (rispettivamente evidenziati in giallo e rosso nella fig. successiva).

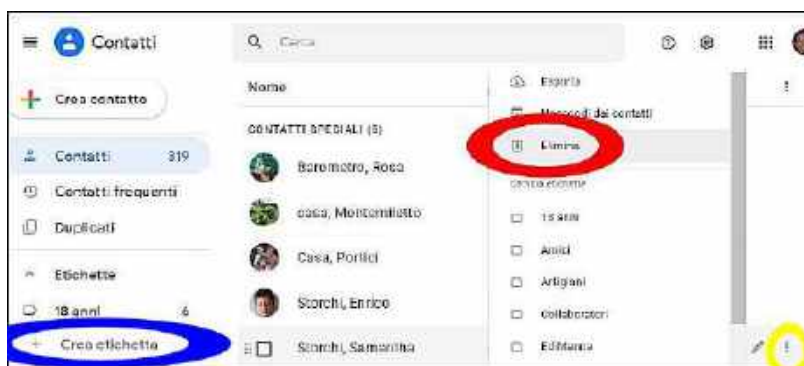


Comparirà una finestra simile a quella della fig. successiva.



A questo punto, per **creare un nuovo contatto** basterà cliccare sull'ampio pulsante *Crea Contatto*, in alto a sinistra, per aprire una scheda nella quale digitare il nome del contatto e le informazioni che vogliamo memorizzare: email, telefono, indirizzo, ecc. Tutto quanto digitiamo viene salvato automaticamente, ma c'è sempre la possibilità di annullare o modificare quanto scritto.

Per **eliminare un contatto** dovremo cliccare sul pulsante *Altre azioni* (rappresenta tre punti posti in verticale e si trova alla destra del contatto, in giallo nella fig. successiva) e scegliere *Elimina* (in rosso nella fig. successiva). Se lo preferiamo, possiamo anche aprire la scheda del contatto da eliminare, cliccando in un qualsiasi punto della riga, dopo di che scegliere prima *Altre azioni* e poi *Elimina*.



Anche per **aggiornare un contatto** il sistema più rapido è quello di aprirne la scheda per poi digitare quanto vogliamo aggiungere o modificare.

Molte applicazioni di posta elettronica permettono la creazione di **gruppi di contatti o liste di distribuzione** (in inglese "mailing list"), in ognuno dei quali è possibile inserire più contatti, presenti o non presenti in rubrica. In questo modo sarà possibile, indicando come destinatario la lista di distribuzione, inviare contemporaneamente lo stesso messaggio a tutti i contatti presenti in quel gruppo o lista.

Con *Gmail* occorre cliccare sulla voce *Crea etichetta* che compare nella colonna di sinistra (in blu nella fig. precedente). Si aprirà l'omonima finestra nella quale digitare il nome da assegnare al gruppo, dopo di che esso sarà aggiunto alla lista dei contatti. A quel punto, potremo effettuare le varie operazioni dopo aver cliccato sul nome del gruppo e aperta la relativa scheda (v. fig. successiva).



Potremo, ad esempio, aggiungere contatti al gruppo selezionando nelle schede dei contatti l'etichetta corrispondente al gruppo. Per eliminare un contatto da un gruppo deseleggiamo l'etichetta dopo aver cliccato sul solito pulsante *Altre azioni*.

Per eliminare un gruppo è sufficiente cliccare sull'icona del cestino che compare alla sua destra (evidenziata nella fig. precedente).

Una volta creata una lista di distribuzione, quando scriverete un nuovo messaggio, potrete scrivere il nome della lista in una o più delle caselle A: Cc: e Ccn:. Ovviamente gli indirizzi inseriti nelle liste di distribuzione saranno comunque sempre accessibili come indirizzi individuali nella rubrica, cosicché potrete decidere se inviare il messaggio all'intera lista oppure a un singolo indirizzo (anche se è contenuto in una lista).



5.4 ORGANIZZAZIONE DEI MESSAGGI

5.4.1 Aggiungere, eliminare colonne delle intestazioni della posta in arrivo, quali mittente, oggetto, data

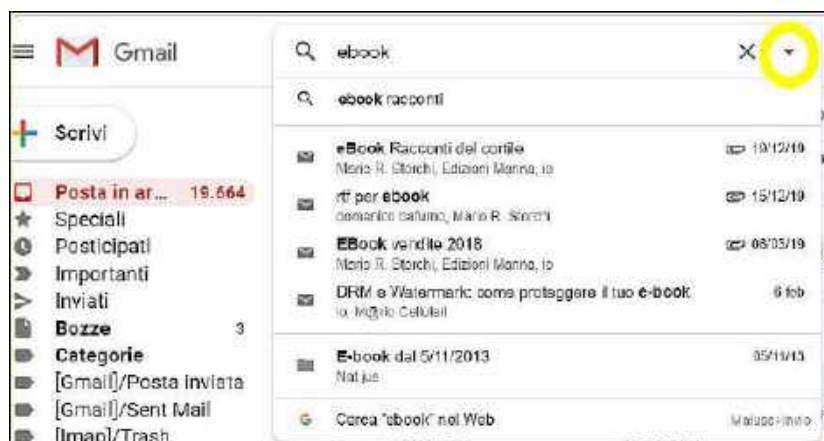
Alcune applicazioni di posta elettronica, ad esempio *Outlook*, permettono di **aggiungere o rimuovere le colonne delle intestazioni** (*Da*; *A*; *Oggetto*; *Inviato*, ecc.) che forniscono informazioni sulle e-mail. In genere basta cliccare col tasto destro del mouse su una qualsiasi di queste intestazioni: comparirà un menu a tendina dal quale dovremo selezionare la voce *Colonne*. A quel punto apparirà una nuova finestra nella quale è possibile non solo selezionare quali intestazioni devono apparire (inserendo un segno di spunta ✓), ma anche il loro ordine (utilizzando i pulsanti *Sposta su* e *Sposta giù* o simili).

Questa procedura **non è disponibile con Gmail** che, nell'elenco messaggi, presenta le informazioni essenziali di ogni messaggio (mittente, oggetto, data) senza intestazioni di colonna.

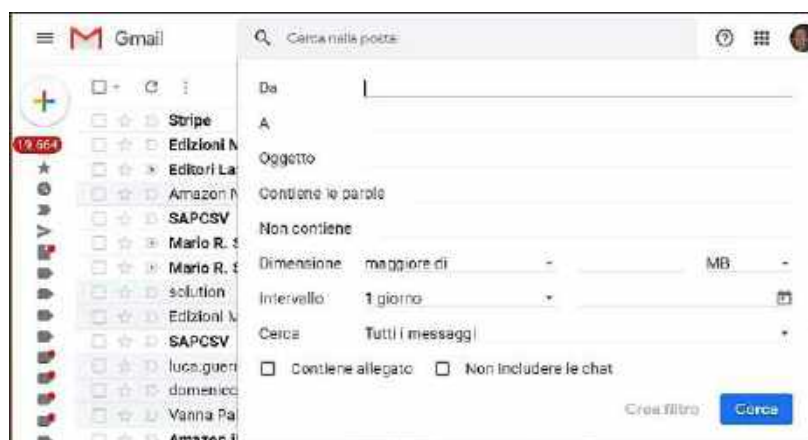
5.4.2 Cercare un messaggio per mittente, oggetto, contenuto

Quando le e-mail ricevute sono numerose, può diventare difficile **cercare un messaggio** di cui si è alla ricerca.

Gmail rende intuitiva questa procedura. Un'ampia casella di ricerca è presente in alto e basta digitare in essa una parola, una frase o solo alcuni caratteri perché vengano filtrati i messaggi in modo da far apparire solo quelli che rispondono ai criteri impostati (v. fig. successiva).



È disponibile anche una ricerca avanzata, alla quale si accede cliccando sulla freccia a destra della casella di ricerca (evidenziata nella fig. precedente). Si aprirà un menu nel quale potremo scegliere tra diversi criteri di ricerca, anche abbinabili tra loro: mittente, destinatario, oggetto, dimensione, data, presenza o assenza di determinate parole, ecc. (v. fig. successiva).



5.4.3 Ordinare i messaggi per nome, data, dimensione

Le applicazioni di posta elettronica che visualizzano le colonne delle intestazioni permettono generalmente anche di ordinare i messaggi per nome, data, dimensione. Anche alcune webmail presentano un pulsante *Ordina per...* cliccando sul quale si apre un menu che consente di scegliere tra le diverse opzioni di ordinamento.

Nel caso di **Gmail** non è previsto l'ordinamento dei messaggi, che appaiono solamente elencati per data, sia perché è facile la funzione di ricerca (illustrata nel punto precedente), sia perché la classificazione dei messaggi avviene con i contrassegni e la divisione in cartelle/etichette, che spiegheremo nei prossimi punti.

5.4.4 Creare, eliminare una etichetta/cartella di posta. Spostare messaggi in una etichetta/cartella

Le etichette o cartelle di posta facilitano l'individuazione e la selezione dei messaggi.

Esistono etichette predefinite, già presenti in *Gmail* (*Speciali*, *Importanti*, *Chat*, *Bozze*, *Spam*, ecc.), ma possiamo crearne altre, a nostro piacere e senza alcun limite. Anzi, diversamente da altre app di posta elettronica, è possibile applicare più di una etichetta allo stesso messaggio. Ad esempio, se riceviamo da un amico una mail che parla del nostro lavoro potremmo decidere di contrassegnarla sia con una ipotetica etichetta "Amici" che con un'etichetta "Lavoro", in modo da poterla ritrovare facilmente (a ogni tipo di etichetta è associato un proprio colore) sia se cerchiamo le mail provenienti dagli amici sia se cerchiamo le mail che riguardano il nostro lavoro.

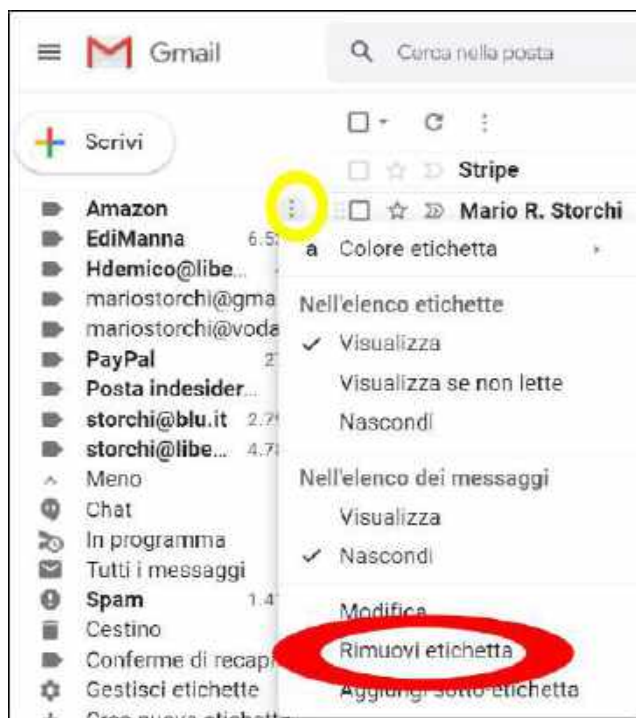
Attenzione però: se dovessimo cancellare un'etichetta contenente messaggi, questi sarebbero eliminati automaticamente dalla cartella *Posta in arrivo*.

Per **creare una nuova etichetta**, clicchiamo – alla fine della colonna di sinistra della finestra di *Gmail* – prima sul pulsante *Altro* (v. fig. successiva) e poi su *Crea nuova etichetta*.



Occorrerà digitare il nome della nuova etichetta e scegliere a quale etichetta essa dovrà eventualmente essere abbinata (in altre parole di quale cartella diventerà la sottocartella). Alla fine, per confermare le scelte, cliccare sul pulsante *Crea*.

Se volete **eliminare un'etichetta con Gmail**, cliccate sull'icona che si trova immediatamente alla sua destra e che rappresenta tre punti posti in verticale (in giallo nella fig. successiva): si aprirà un menu di scelta rapida, dal quale dovrete scegliere **Rimuovi etichetta** (in rosso nella fig. successiva). Apparirà un riquadro nel quale ci si chiede di confermare l'operazione cliccando sul pulsante **Elimina**.

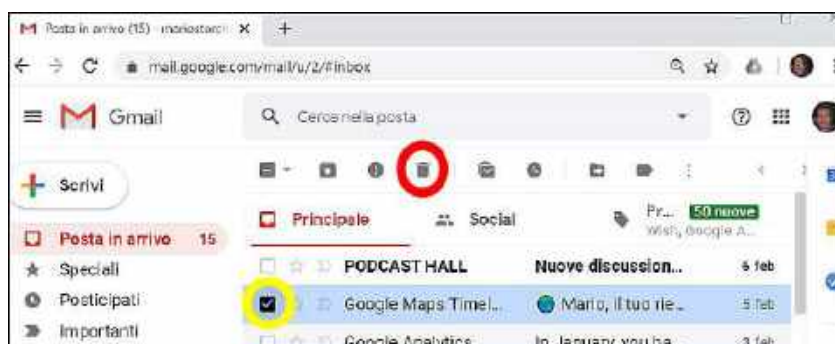


Per **spostare un messaggio da un'etichetta all'altra**, selezionatelo e cliccate sul pulsante **Sposta in** per poi scegliere l'etichetta dove volete collocarlo. Potete anche usare il metodo del trascinamento, cliccando sul messaggio e, mantenendo premuto il pulsante sinistro del mouse, trascinandolo nell'etichetta desiderata, per poi lasciare il tasto del mouse.

5.4.5 Eliminare un messaggio. Recuperare un messaggio eliminato

Tutti i messaggi, ricevuti o inviati, sono conservati sin quando non si decide di cancellarli.

Per **eliminare un messaggio con Gmail**, selezionatelo cliccando sul quadratino che lo precede (evidenziato in giallo nella fig. successiva) e quindi scegliete il pulsante **Elimina**, che si trova in alto e rappresenta anch'esso un bidone dei rifiuti (evidenziato in rosso nella fig. successiva).



I messaggi cancellati non sono eliminati definitivamente, ma collocati in un'apposita cartella che si chiama **Cestino**. È perciò possibile **recuperare un messaggio precedentemente eliminato**, aprendo innanzitutto con un clic la cartella/etichetta **Cestino**, poi cliccando con il tasto destro sul messaggio e selezionando in quale cartella vogliamo spostare il messaggio. In alternativa possiamo usare la tecnica del trascinamento: clicchiamo sul messaggio da recuperare e, mantenendo premuto il tasto sinistro del mouse, trasciniamolo nella cartella dove desideriamo posizionarlo, per poi lasciare il tasto del mouse.

5.4.6 Svuotare il cestino/cartella posta eliminata

Per **cancellare definitivamente tutti i messaggi presenti nel Cestino di Gmail**, clicchiamo sul suo nome (nella colonna di sinistra della finestra di Gmail) e poi, in alto, sulla scritta *Svuota il cestino adesso*. Comparirà una finestra nella quale si chiede la conferma dell'eliminazione: cliccando su **OK** i messaggi contenuti nel *Cestino* saranno definitivamente cancellati.

5.4.7 Spostare un messaggio, togliere un messaggio dalla posta indesiderata/spam

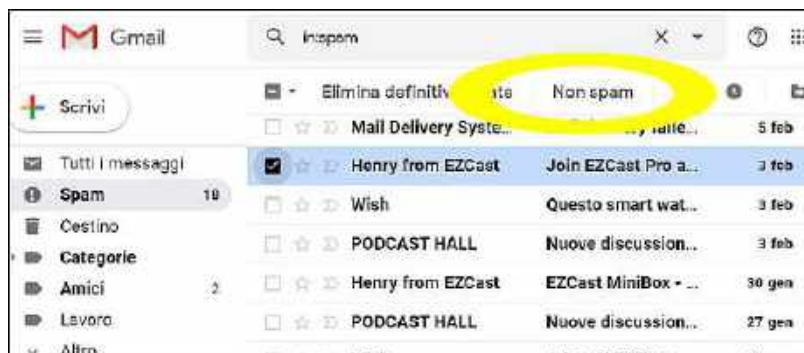
È molto probabile ricevere nella casella di posta elettronica dei messaggi non richiesti: proposte commerciali, pubblicità, presunte offerte di posti di lavoro, ecc. Si tratta del cosiddetto *spam* o posta indesiderata. Anche se i due termini sono a volte considerati dei sinonimi, Gmail li distingue e classifica i messaggi pubblicitari come spam quando risultano inviati a centinaia o migliaia di indirizzi, oppure come posta indesiderata se sembrano inviati solo a un numero ristretto di persone.

In ogni caso, le più recenti applicazioni di posta dispongono di una funzione (o *filtro*) che cerca di individuare questi messaggi non richiesti e li sposta nelle cartelle *Spam* e *Posta indesiderata*.

È possibile, però, sia che messaggi indesiderati non vengano intercettati da questo filtro e siano collocati nella *Posta in arrivo*, sia che possano essere scambiati per spam o indesiderati messaggi che non lo sono.

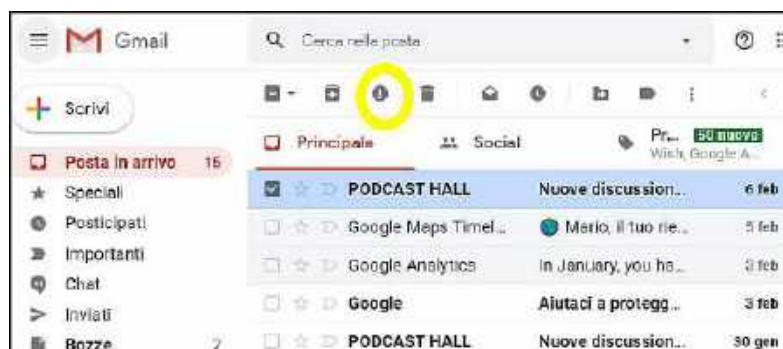
È perciò opportuno aprire periodicamente le cartelle *Spam* e *Posta indesiderata* (basta cliccare sul loro nome, nella colonna di sinistra della finestra di Gmail) per **individuare eventuali messaggi da recuperare**.

Con Gmail, se ne troviamo uno che era stato erroneamente collocato nello spam, clicchiamoci con il tasto destro del mouse e scegliamo *Non spam*, oppure selezioniamolo e clicchiamo il pulsante *Non spam* che troviamo in alto (v. fig. successiva).



Se il messaggio si trovava in *Posta indesiderata* l'opzione da scegliere – sempre dopo aver cliccato con il tasto destro – sarà *Sposta in Posta in arrivo*.

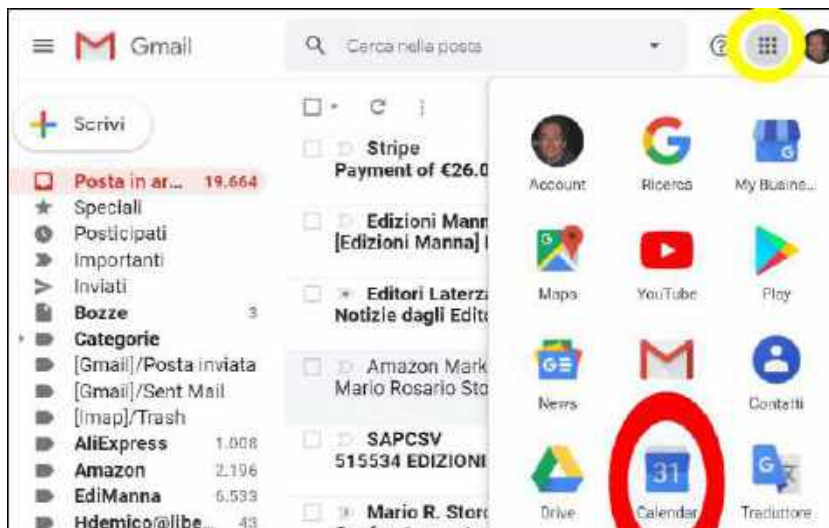
Se, al contrario, nella cartella *Posta in arrivo* troviamo **messaggi che riteniamo indesiderati**, con Gmail dobbiamo prima selezionarli cliccando sul quadratino che li precede, quindi cliccare sul pulsante *Segnala come spam*, che rappresenta un punto esclamativo (evidenziato nella fig. successiva).



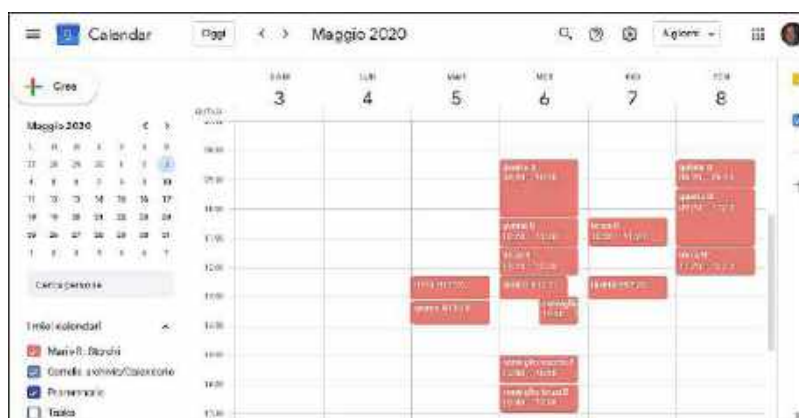
5.5 USO DEI CALENDARI

Le app di posta elettronica dispongono spesso di una funzione calendario che permette di creare appuntamenti e attività, associarli ai contatti personali, rispondere a inviti eventualmente ricevuti. Mentre in alcune app (ad es. *Outlook*), il calendario fa parte del programma di posta elettronica, in *Gmail* la sezione *Calendario* è separata, ma fa parte di un pacchetto strettamente correlato, insieme a posta elettronica e rubrica dei contatti.

Per aprire **Google Calendar** cliccare sull'omonima voce che appare tra le *App Google* (v. fig. successiva).



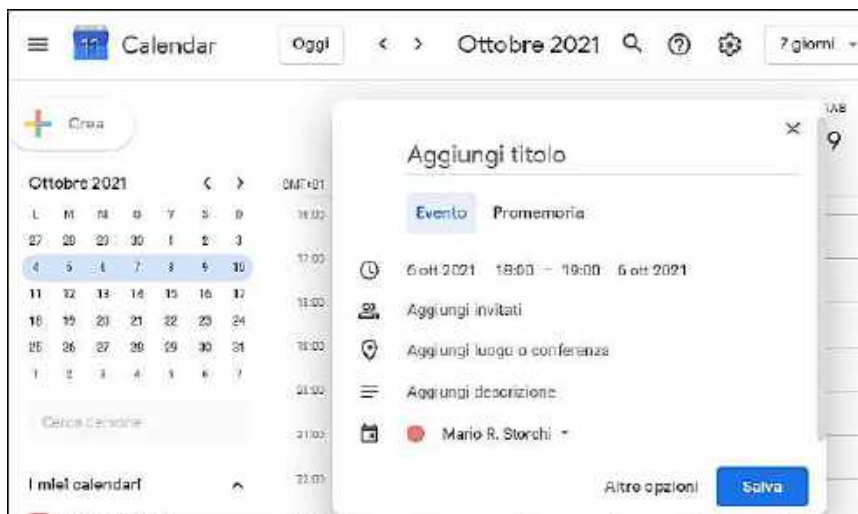
Se abbiamo già effettuato il login di *Gmail*, si aprirà la pagina del calendario (v. fig. successiva).



5.5.1 Creare, eliminare, aggiornare una riunione in un calendario

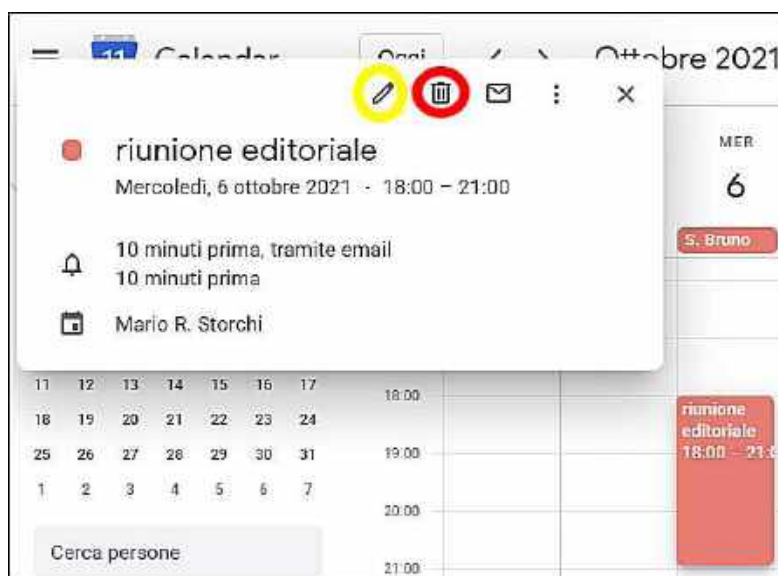
Una riunione è **un appuntamento che coinvolge noi e altre persone, in molte app viene chiamata "evento"**.

Il modo più semplice per **creare una riunione con Google Calendar** è quello di cliccare direttamente nella casella del giorno e dell'orario che ci interessa. Comparirà un riquadro nel quale digitare il contenuto dell'evento e poi confermarlo cliccando su *Salva* (v. fig. a lato).

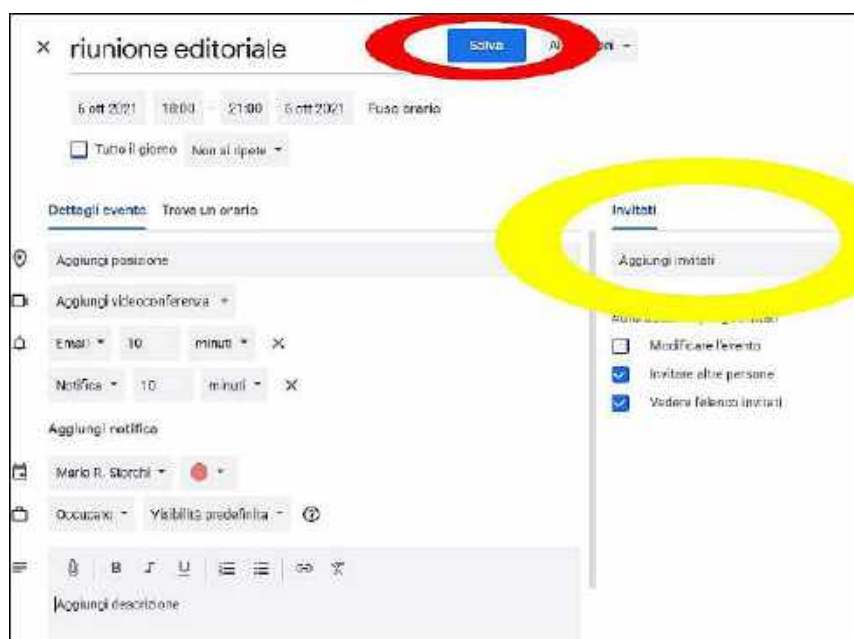


In alternativa, si può cliccare sul pulsante *Crea* che troviamo a sinistra in alto, per aprire la finestra nella quale digitare il titolo dell'evento e indicarne data e orario.

Una volta creata la riunione/evento, cliccando all'interno della sua casella, apparirà il riquadro visibile nella fig. successiva, che contiene due importanti collegamenti: *Elimina evento* (in rosso nella fig. successiva) per cancellare l'evento (verrà chiesta una conferma) e *Modifica evento* (in giallo nella fig. successiva) per aprire la finestra relativa all'evento, nella quale potremo modificare o aggiungere i dettagli dell'evento.



Nella scheda che compare dopo aver cliccato su *Modifica evento* possiamo anche **stabilire i partecipanti**, digitandone l'indirizzo mail nella casella *Aggiungi invitati* (in giallo nella fig. successiva). Alla fine, clicchiamo su *Salva* (in rosso nella fig. successiva) per confermare le modifiche: ci verrà chiesto se inviare gli inviti per posta elettronica. Nella mail che riceveranno, gli invitati potranno accettare o rifiutare l'invito, oppure indicare che probabilmente parteciperanno. In ogni caso, se forniranno una risposta, la stessa verrà inoltrata all'organizzatore dell'evento.



Per **eliminare una riunione** occorre cliccare con il pulsante destro sull'appuntamento e, dal menu a tendina che compare, scegliere *Elimina*.

Se abbiamo creato noi la riunione, possiamo **modificare alcuni dettagli e comunicarli ai partecipanti**. Per aggiornare una riunione clicchiamoci sopra per aprirla, selezioniamo il pulsante *Modifica evento* e apportiamo le modifiche necessarie. *Gmail* provvederà a inviare a tutti i partecipanti l'aggiornamento effettuato.

5.5.2 Aggiungere invitati, risorse ad una riunione in un calendario. Eliminare invitati, risorse da una riunione in un calendario

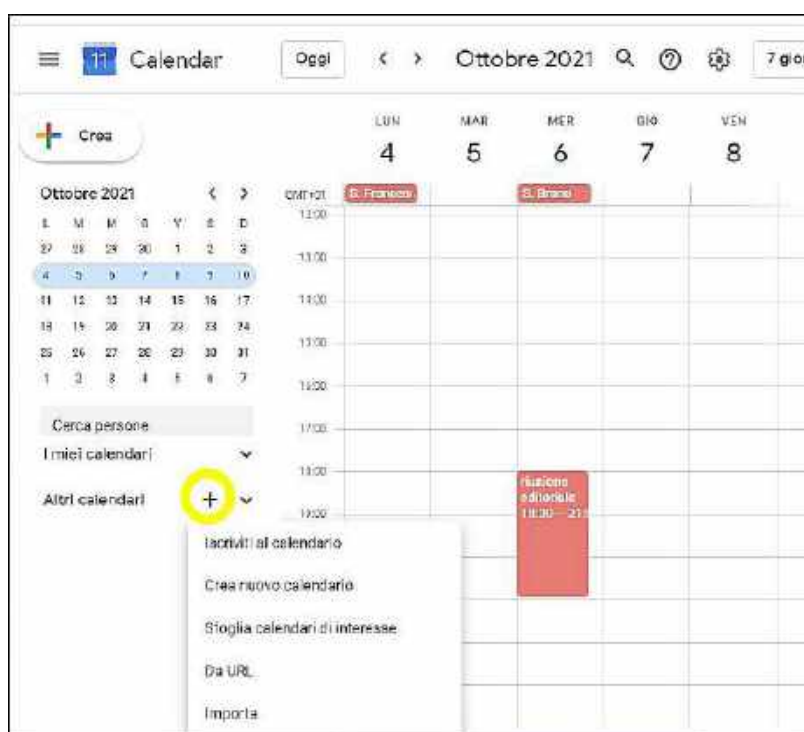
Dopo aver creato un evento e inviata la convocazione ai partecipanti, potremmo decidere che è il caso di **invitare altre persone**. Per farlo con *Gmail*, apriamo l'evento con un clic, clicchiamo su *Modifica evento* (l'icona a forma di penna) per aprire la finestra dei dettagli e aggiungiamo gli indirizzi mail delle persone desiderate nella casella *Aggiungi invitati*; alla fine confermiamo il tutto e chiudiamo la finestra cliccando su *Salva*.

Per **eliminare invitati**, basta cliccare sulla **X** che compare a destra del loro nome, nell'elenco degli invitati. Quando cliccheremo su *Salva* ci verrà chiesto se occorre inviare notifica della rimozione agli invitati interessati.

Oltre agli invitati, un evento può avere bisogno delle cosiddette **risorse**: una sala se occorre svolgere una riunione, un campo di calcio se l'evento consiste in un incontro sportivo, un videoproiettore se prevediamo una presentazione, ecc.

Gmail prevede che ad ogni risorsa sia abbinato un calendario secondario. Ad esempio, se vogliamo utilizzare una risorsa che decidiamo di chiamare "campo di tennis", dovremo seguire questa procedura:

- nella colonna di sinistra della finestra di *Google Calendar* cliccare sul pulsante *Aggiungi altri calendari* che compare a fianco alla scritta *Altri calendari* (rappresenta un segno più ed è evidenziato nella fig. successiva);
- dal menu che compare scegliere *Crea nuovo calendario* (v. fig. successiva);
- digitare "campo di tennis" nella casella *Nome del calendario*;
- confermare il tutto cliccando sul pulsante *Crea calendario* che troviamo in basso.



A questo punto, nella sezione *I miei calendari* troveremo *campo di tennis* e potremo condividere la risorsa e aggiungerla ad eventuali eventi.

5.5.3 Accettare, rifiutare un invito

Ogni persona invitata a una riunione riceve una mail con tutti i dettagli indicati dall'organizzatore della riunione. A quel punto, potrà **comunicare se parteciperà, se è incerto, oppure se non parteciperà** scegliendo uno dei tre pulsanti presenti nel messaggio che riceve: *Sì, Forse, No*.