

Il Progetto del sito WEB

I contenuti

Il contenuto del sito rappresenta la sua vera ricchezza, dato che è l'unica ragione per cui un visitatore si sofferma e vi ritorna. Se non trova ciò che cerca, vuoi perché realmente non c'è o perché, pur presente, non è stato possibile reperirlo, quel contatto è perso e gli investimenti per costruire il sito non hanno ritorno.

Porre i contenuti giusti nel modo giusto è quindi l'operazione più importante e delicata, tuttavia, avendo seguito tutti i passi precedenti, in questo momento si dovrebbero avere le idee abbastanza chiare su cosa pubblicare e come pubblicarla. La cosa importante è non perdere di vista le premesse iniziali e gli obiettivi che ci si era posti.

Ad esempio, nello scrivere questi appunti avevo in mente un pubblico di buona cultura, non necessariamente con vaste conoscenze informatiche, ed abbastanza interessato all'argomento da leggere due - tre pagine. Pur cercando di mantenere un tono colloquiale non mi sono quindi posto particolari limitazioni semantiche, come avrei invece fatto se i destinatari fossero stati stranieri o ragazzini, non ho fatto riferimento a linguaggi di programmazione, a software oppure a dispositivi hardware che potevano non essere compresi o annoiare i non informatici e mi sono concesso un certo spazio per sviluppare gli argomenti.

Ognuno deve raccogliere ed organizzare i contenuti del suo sito, ma ci sono delle raccomandazioni generali che valgono per la maggior parte dei casi. Le pagine interne devono avere lo stesso stile grafico della home page, gli stessi colori dominanti e devono essere organizzate in modo logico ed intuitivo.

Se le pagine sono molte è bene inserire barre di navigazione che diano all'utente la percezione della sezione in cui si trova e che consentano di spostarsi rapidamente alla home page ed alle altre sezioni.

In alcune circostanze può essere una scelta valida identificare diverse sezioni con colori diversi. In questo caso è ancora più importante avere uno stile grafico (disposizione degli oggetti, tipologia ed immagini delle icone) molto caratterizzante ed uniforme per le varie sezioni. Inoltre è bene che il colore dominante delle parti sia unico. Dare informazioni in modo caotico e complesso equivale a non informare del tutto. Immaginiamo un sito che venda tre categorie di oggetti: può pensare di colorare in verde la sezione per i libri, in blu quella dei DVD ed in giallo quella dei CD, mantenendo lo stesso stile grafico per tutte le pagine, affinché l'utente abbia la percezione di muoversi sempre all'interno dello stesso sito.

Si tratta di una distinzione che può aiutare l'utente nella sua navigazione. Se invece si sceglie il giallo per i CD, ma con in aggiunta il verde per la classica, il viola per il jazz, il rosso per i cantautori e così via, si hanno combinazioni cromatiche sgradevoli e l'informazione viene a cadere, dato che nessuno memorizza un codice così complesso.

I contenuti del sito devono essere aggiornati, ed è buona regola indicare la data in cui sono stati posti, tranne nel caso si intenda aggiornare i dati molto di rado, per cui vale invece il discorso opposto, ossia non dare informazioni sull'ultimo aggiornamento, per non dare l'impressione di un sito obsoleto. E' importante indicare l'origine delle informazioni, delle statistiche, delle citazioni. La bellezza di Internet è che con poco sforzo chiunque può essere visibile in tutto il mondo; il risvolto di questo è che le idiozie e le falsità hanno la stessa visibilità delle verità scientifiche e delle informazioni serie. E' dunque importante

dare all'utente la possibilità di sapere con chi ha a che fare e di verificare la veridicità delle informazioni.

Nelle pagine interne è bene non porre troppi link, tranne per le pagine espressamente dedicate a liste di collegamenti. Di solito si consiglia di non inserire più di cinque collegamenti per pagina.

E' bene che il collegamento sia rappresentato da una sola parola, al massimo tre. Ad esempio è molto più leggibile una frase del tipo:

"Il [progetto del sito](#) si sviluppa attraverso una serie di fasi di studio e di implementazione..."

Che non:

["Clicca qui per avere informazioni su come implementare il progetto del sito"](#)

Le pagine obsolete devono assolutamente essere rimosse; se ci sono pagine vecchie ma che potrebbero ancora interessare qualcuno (magari dati tecnici di vecchi apparecchi non più in vendita ma che possono servire a chi ancora li possiede) è bene raccoglierle in una sezione specifica ed identificata.

Internet è nata per l'immediatezza, chi vi naviga si aspetta notizie fresche, dunque dati obsoleti, oppure informazioni vecchie e nuove mescolate alla rinfusa non danno certo una buona immagine. Certo, un sito sulle conchiglie australiane conserva la sua validità per un tempo molto maggiore del catalogo di un negozio informatico, e deve essere dunque aggiornato di rado, ma un sito che non aggiunge mai nulla, che non viene seguito, viene percepito con un senso di desolazione simile a quello che si prova entrando in un quartiere abbandonato.

Ed ora l'ultimo consiglio: dimenticatevi di tutto quel che ho detto finora!

E' ovviamente una provocazione, ma solo a metà: il successo lo si ottiene innovando, rompendo gli schemi, non certo adeguandosi agli stereotipi.

Ma neppure lo si ottiene andando allo sbaraglio e presentando idee e contenuti in modo confuso.

L'importante è tenere in mente che ogni elemento del sito, le sue caratteristiche, la sua disposizione, i suoi colori, non deve solamente avere senso ed armonizzarsi nell'insieme, ma evoca emozioni, produce stimoli. Occorre dunque avere conoscenza dei meccanismi mentali, delle emozioni, per prevedere gli effetti di ciò che inseriamo in un sito.

In altri termini, occorre una profonda conoscenza delle regole per sapere quando queste devono essere violate.

A chi riesce ad incontrare meglio i gusti del suo pubblico il premio è il successo, nel WEB come nel mondo reale.

Diego Giorio, gennaio 2004