

## Libro

- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)



[Acquista  
on line](#)  
direttamente  
dall'editore



## Tips

Ora la sezione "libro" è stata completata.  
Alcuni Tips si trovano già negli [Esempi "live"](#).

Un po' alla volta verrà implementata anche questa sezione.  
Grazie per la pazienza ;-)

Approfitto di questo spazio per una FAQ: perché questo sito non ha gli "alternative" nelle immagini? Perché nessuno di quelli che si occupano di web design se va in giro con le immagini disabilite:-). Li ho messi in questa home solamente...





## La questione dell'usabilità

- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

<< Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Perché se ne parla?

Nel mondo della comunicazione web tra i molti nuovi concetti che richiedono prepotentemente la nostra attenzione, c'è anche quello della "usabilità", problema che mai si era posto prima, nei mezzi di comunicazione tradizionale.

L'usabilità di un articolo di giornale, di un serial televisivo, di un biglietto di invito ad una mostra è piuttosto scontata. Qualunque persona di buon senso la può giudicare a prima vista e -normalmente- i dubbi, i test, le analisi si appuntano su altri aspetti, che tendono ad analizzare la persuasività, la comprensibilità, il gradimento del "discorso" in oggetto.

Se i caratteri di testo sono di grandezza adeguata (nella stampa), il montaggio non è troppo veloce (nei filmati) e i segni (visivi o testuali) troppo criptici per il pubblico, questo aspetto non viene neppure considerato ed i problemi di "usabilità" sono del tutto trascurabili.

Su web l'usabilità è, al contrario, una conquista quotidiana e comunque un aspetto da tener presente sempre e in qualunque progetto.

**Nell'ambito dell'usabilità si intrecciano elementi tecnici e semiotici** che questo libro cerca di analizzare, sulla base di un'esperienza di progettazione quotidiana e condivisa, del feedback degli utenti, dell'analisi delle statistiche web, che -se dicono poco sul profilo dei visitatori, possono dire molto su quello dell'usabilità di un sito web.

### Usable web site design (non solo test ;-)

Ultimamente anche in Italia - finalmente - il problema dell'usabilità comincia ad essere sentito. Malignamente: da quando, nella primavera del 2000, Jakob Nielsen ha dichiarato di guadagnare 20.000 dollari al giorno la cosa è sembrata a tutti più interessante. Non solo a chi vuole farne una professione, ma anche a chi questa professione la vuole comprare: evidentemente, se Jakob Nielsen trova chi lo paga, significa che si tratta di un aspetto importante.

L'attenzione, al momento, sembra essere puntata soprattutto sui test di usabilità, indubbiamente utili, se non altro per avere la conferma di aver correttamente progettato.

Credo però che si possa fare di meglio e di più: cioè che si debba iniziare a pensare all'usabilità da subito: che questo debba diventare un background indispensabile in ogni site designer degno di questo nome.

Altrimenti sarebbe come provare a stampare in carattere corpo 4 e poi fare dei test per verificare che la maggior parte delle persone ha problemi a leggere. Un normale graphic design lo sa già e lo evita.

Senza contare che **un puro test può solo evidenziare un problema, ma non trovare la soluzione.**

Quindi ben vengano i test, ma soprattutto ben venga la consapevolezza di questo problema in chi poi ha il compito di progettare.

### Best with any browser è falso (e non basta)

Per qualche anno la bandiera dell'usabilità si è ridotta al mitico "best with any browser": una posizione che non solo pone il problema in termini sbagliati, ma è anche molto riduttiva. **Nato quasi come una provocazione** dada, in reazione a "best con Explorer 4 e successivi" o altre patetiche indicazioni di questo tipo che avevano l'unica funzione di non affrontare il problema della compatibilità all'indietro e

mettersi al riparo da critiche e contestazioni, "best with any browser", in certi ambienti della rete (il Gotha di chi usa la rete dagli esordi) è diventata una posizione ideologica. Ovviamente **nessuno intende davvero "any browser"**, compreso il mitico primo Mosaic o l'allora stupefacente Netscape 1.1N. Significa solamente "si vede anche con browser un po' vecchiotti" dove resta indefinito "quanto" vecchiotti" possano essere i browser in questione.

Tanto vale saperlo: **un sito universalmente compatibile (da un punto di vista tecnico) sarebbe un sito poco usabile**, perchè dovrebbe sottostare a troppe limitazioni.

Mentre invece assicurare la compatibilità all'indietro è semplicemente un must di progettazione, da calibrare sulla base di statistiche relative al proprio target.

L'usabilità, inoltre (non lo si dice mai abbastanza), non è solo un problema tecnico, ma soprattutto un problema semiotico, per di più correlato ad un universo cognitivo (quello dell'utente) variabile. Quello che è usabile per me può non esserlo per un'anziano professore di filologia romanza...

Questo sito, per esempio, è progettato per addetti ai lavori, che immagino siano informaticamente dotati (diciamo dalla release 4 in poi, quantomeno) e sufficientemente esperti di rete ;-).



- [La questione dell'usabilità](#)

## L'indice

- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

<< Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



I link si riferiscono ai due capitoli presenti on line come "assaggio"

### Introduzione

### Premessa

### La questione dell'usabilità'

- **Spazio variabile**
- **Elementi di variabilità'**
  - Variabilità' hardware
  - Variabilità' delle preferenze nell'uso del monitor
  - Variabilità' della piattaforma e del sistema operativo
  - Variabilità' delle preferenze di sistema
  - Variabilità' del software
    - browser
    - Add on (plug in e player)
  - Variabilità' preferenze browser
- **Usabilità' e appeal**
  - La questione tecnologica
  - La questione "estetica"
  - Come uscire dai falsi dilemmi
  - Il "nuovo" compatibile
  - Progettare "fluida"
  - Best with any browser non esiste
  - Il computer e' di chi lo usa
  - I pericoli del "controllo"

### Pagine che funzionano

- **L'importanza del testo**
  - I contenuti
  - Typography e lettura a video
  - La scrittura "sorvolata"
  - Elementi di ancoraggio ottico
    - Impaginate a bandiera
    - Inserite piccoli elementi grafici
    - Titoli e titolini
    - Segni di evidenza
    - Link
    - Salto riga
  - Atomi di lettura
  - Impaginazione a colonne
  - Lo stile di scrittura
  - La dimensione dei caratteri

- Progettare "fluido"
- Bloccate i caratteri in pixel
- Il tipo di caratteri (font face)
- Logica dei link
- **L'uso delle immagini**
  - Il peso
  - L'ingombro
  - Le tecnologie necessarie
    - GIF
    - JPEG
    - PNG
  - La compressione
    - Tip
  - L'ordine riposante
  - Gli allineamenti
  - Il "disordine" necessario
- **Multimedialita'**
  - I termini della questione
  - Gif animati
  - Flash
  - Dinamic html
  - Applet java
  - Quick time
  - Lo streaming
  - Real Audio/Video
  - Altro
  - L'effetto "Las Vegas"
  - L'utilizzo informativo
  - L'utilizzo riempitivo
  - Intrattenimento?
  - Visione passiva e utilizzo attivo
- **La visione d'insieme**
  - Il look & feel (aka "grafica")
  - L'equilibrio tra "pieno" e "vuoto"
  - Una pagina non e' una valigia
  - In alto e a sinistra
  - Gli stimoli
  - ... scrollano, scrollano

### **Viabilita' del sito**

- **Architettura dell'informazione**
  - Raccogliere le informazioni
  - Tracciare le strade principali
  - Esempi di possibile strutturazione

- Per tipologia di utente
- Per macrocategoria
- Per ordine cronologico
- Per ordine alfabetico
- Tracciare i percorsi locali
- Tracciare le scorciatoie da una zona all'altra
- Verificare la disponibilita' di contenuti
- **Interfaccia di navigazione**
  - Il senso dell'orientamento
  - Navigazione generale
  - Navigazione contestuale
  - Navigazione trasversale
  - Navigazione verso l'esterno
  - "Voi siete qui"
  - Map e search
  - Le regole non scritte
  - I pericoli dell'originalita'
  - I rischi dell'appiattimento
  - La costanza dell'interfaccia
  - La costanza dell'ambiente
  - Il cambiamento come segnale
- **I vantaggi dei frames**
  - Navigazione stabile
  - Menu contestuali
  - Facilita' di manutenzione
  - Velocita' di caricamento
- **Contro i frames**
  - La questione "storica"
  - Autolink
  - Limiti all'impaginazione
  - Rigidita'
  - "Spreco" di spazio-pixel
  - Problemi di indicizzazione
- **Flash come opportunita'**
  - Menu "all in one"
  - Un menu non e' un film
  - Assicurare la compatibilita'
- **Testo o immagini?**
  - Nuove possibilita' coi fogli di stile
  - Scelta del carattere
  - Dimensione
  - Lunghezza
  - Spaziatura

- Compatibilita'
- Variazioni

### **Interattivita' funzionale**

#### ● **Architettura del processo**

- Disegnare il processo
- Scomporre in sotto-processi
- Gestire i diversi profili degli user
- Gestire la molteplicita' di risposte
- Prevedere l'errore
- Tenere la traccia
- Offrire sempre una nuova chance
- Il feedback corretto
- Gestire il malfunzionamento ai vari livelli possibili

#### ● **Concetti base per l'interazione con l'utente**

- What you see is what you can
- Descrivere l'interazione
- Chiarire l'azione
- Consentire il cambiamento
- Chiedere conferma
- Dare conferma
- Help

#### ● **Interfaccia di interazione**

- Structurare le form
- Distinguere lo spazio delle scelte da quello dell'azione
- Evidenziare i passaggi
- Distinguere tra navigazione e processo
- I vantaggi dei bottoni di default
- Lo "stress cognitivo" come segnale

### **Interfaccia e ambiente**

#### ● **Metafore**

- Computer as theatre
- Metafore, icone, segnali
- Tutto quello che una metafora non e'

#### ● **Retorica dell'interfaccia**

- L'interfaccia fa sempre riferimento a un sistema culturale
- La mamma
- La nuova colf
- L'androide
- Affordance
- L'interfaccia utilizzabile
- La forza dell'abitudine

#### ● **Regole**

- Le regole dell'ambiente

- L'ambiente computer
- L'ambiente web
- L'ambiente sito
- Segnali
- Be consistent!
- Caccia al link?

- **Feedback**

- Quando serve e perche'
- Immagini
- Testi
- Suoni
- Movimento

- **La forza del colore**

- Il colore e' gratis
- Il colore come segnale
- Modulare lo spazio
- Assicurare la lettura
- Evidenziare
- Connotare e denotare col colore

- **Benvenuto in questo sito**

- L'ospitalita'
- L'ambiente armonico
- Il comfort
- L'utente protagonista
- Usabilita' e handicap

- **Siti Fratelli**

- Tratti di somiglianza
- Elementi di personalita'

### **Tecnicaglie**

- L'approccio laico alla tecnologia
- Maledetti CSS
- Definire il carattere
- Dimensione dei font
- Tag o class?
- Typography
- Non perdetevi nei frames
- Come sopravvivere al DHTML
- Meglio non inchiodare il computer dell'utente
- Pagine da stampare
- Flash: un incompreso
  - Help e spiegazioni in Flash
  - Banner
  - Navigazione

■ Usi errati

- Musica e MultimediaWeb TV, WAP, telefoni web... ed altro
- I pregiudizi sull'usabilita'
- Leggere le statistiche
- Continua...

**Appendice - Siti che funzionano in rete**





- [La questione dell'usabilità](#)

- [L'indice](#)

### L'introduzione

- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)

- [Quick link](#)

- [Esempi "live"](#)

- [Fuori l'autore...](#)

<< Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



## Se un sito funziona non se ne accorge nessuno

Se un sito funziona non se ne accorge nessuno (è quando non funziona che se ne accorgono tutti).

Per questo, un sito che funziona diventa celebre sempre per altri motivi: per i suoi **contenuti**, per il **servizio**, per il marketing innovativo... insomma, per altro. Da questo punto di vista il lavoro del web designer (cioè di chi progetta) è vagamente esasperante ed è comprensibile il desiderio di mettersi in mostra con qualche pezzo di bravura, che dimostra il proprio talento e le proprie capacità...

La tentazione diventa irresistibile, quando è il committente a chiedere che il progetto venga "arricchito" da **elementi che creino stupore** (di solito qualcosa che, in varia maniera, si muove sul monitor).

Di solito, mostrando ad amici, parenti, colleghi e fiancheggiatori, queste "meraviglie" si ottiene un plauso incondizionato, col che tutti si convincono di aver realizzato qualcosa di eccezionale.

Purtroppo un sito che funziona è qualcosa di più complesso, che deve soprattutto piacere all'utente e risultare "utilizzabile", cioè **compatibile con la sua dotazione hardware/software e soprattutto con la ricerca/interazione che sta effettuando in quel momento**.

La **cultura televisiva** dentro la quale siamo cresciuti, ha bisogno della "meraviglia" per tenere lo spettatore davanti allo schermo e per ottenere che non cambi canale. Su web è diverso: chi arriva nel nostro sito sta cercando qualcosa: a quel punto tutto quello che si deve fare è aiutarlo a trovarla nel modo più rapido e semplice possibile. Magari non penserà "ma che bel sito, ma che geniale web designer", ma tornerà più volte, utilizzerà i servizi, acquisterà ciò che gli interessa, manderà il nostro URL ai suoi amici. Perché avremo realizzato un **"sito che funziona", orientato all'utente ed ai suoi desideri**, invece che all'autocompiacimento e all'autogratificazione.

Perché, allora, quando mostriamo questo tipo di sito ad amici e fiancheggiatori otteniamo al massimo un magro "carino" invece dell'entusiasmo suscitato da soluzioni cosiddette "multimediali"?

Il motivo risiede nel fatto che nel caso di **visione "collettiva"** la modalità di fruizione è completamente stravolta rispetto all'usuale: invece che guardare "cosa c'è" le persone guardano "come è fatto" (cioè soprattutto il look & feel), inoltre spesso c'è una persona che "guida" e le altre che assistono passivamente (difficilmente in posizione ottimale per la lettura a video). A questo punto è ovvio che vedere pagine di informazione una dopo l'altra diventa una noia insopportabile, e basta che ci sia una farfallina che si attiva appena muovo il mouse, per strappare gli applausi.

Ma questo non è un test attendibile, non credete?

Tutti i siti più famosi e visitati, in Italia e nel mondo, seguono altre regole, sono fatti in un altro modo.



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
**Elementi di variabilità**  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Spazio variabile

#### Variabilità hardware

#### Variabilità delle preferenze nell'uso del monitor

#### Variabilità della piattaforma e del sistema operativo

#### Variabilità delle preferenze di sistema

#### Variabilità del software

##### Browser

##### Add on (plug in e player)

##### Variabilità preferenze browser

Una delle cose che rendono il web un mezzo drammaticamente diverso dagli altri per un progettista, è la **grande variabilità di ricezione delle pagine web da parte dell'utente**, in dipendenza di variabili hardware e software, che fanno sì che la pagina venga visualizzata in modo differente su differenti sistemi. Il designer non è abituato a questo: vuole che le sue pagine appaiano su ogni monitor esattamente come sono state progettate.

Metà del tempo e tre quarti dell'esperienza o "bravura" di un progettista web vengono spesi per assicurare una certa stabilità di visualizzazione da parte di sistemi diversi.

Conosco personalmente almeno due visual designers di talento che, dopo un iniziale interesse, hanno voltato le spalle alla progettazione web, proprio perché non potevano disporre di strumenti per rendere assolutamente stabile e controllabile il rendering della loro progettazione.

Alcune nuove tecnologie di pubblicazione web (Flash per un verso e i CSS per un altro) raccolgono molti entusiasmi anche perché assicurano una visualizzazione più uniforme rispetto a tecnologie precedenti ed attualmente usatissime, cioè il classico html 3.2 che è tuttora la base su cui è progettata la gran parte del web, compresi i siti di successo e di grande traffico, che continuano ad usarlo per i suoi vantaggi di robustezza, compatibilità, affidabilità.

Non è detto, infatti, che ciò che risulta più "**affidabile**" (cioè fedele) in fase di visualizzazione sul proprio monitor di progettista sia anche più "**affidabile**" (cioè **robusto e compatibile**) in termini di usabilità: anzi oggi più spesso è il contrario.

### Elementi di variabilità

Analizziamo uno per uno -anche se brevemente- tutti quegli elementi che contribuiscono alla variabilità della visualizzazione (e dell'interazione).

Questo sintetico elenco basterà a capire che la strada da percorrere non è quella di "bloccare" le pagine, ma piuttosto quella della progettazione fluida.



#### **Variabilità hardware**

- Diversa potenza/**velocità di ricezione** e di elaborazione (dovute a diverse CPU, modem, connessioni).
- Diversa **dimensione del monitor** e, soprattutto, diverse **risoluzioni** (dai 640 x

480 agli 800 x 600, ai 1024 x 764, fino ai 1600 x...).

Il che, per chi non ha dimestichezza coi pixel, corrisponderebbe a televisori non solo di dimensioni diverse, ma in grado di visualizzare solo un quarto (o il doppio) dell'immagine trasmessa.

- **Diversa profondità di colore.**

Visualizzazione a 256 colori (fortunatamente in via di estinzione), a migliaia, e a milioni di colori.

L'occhio umano non percepisce grandi differenze tra migliaia e milioni di colori, anche se quest'ultima profondità di colore è senz'altro ottimale, soprattutto nel rendere le sfumature.

- **Diversa tipologia di monitor (tubo catodico e LCD).** I portatili sono sempre più usati e negli uffici (ma anche nelle case) si stanno diffondendo i monitor piatti, per evidenti ragioni di comodità.

Gli schermi LCD rendono molto male il colore: lo scuriscono, lo rendono più polveroso, più denso, e molto diverso da quanto si vede su monitor tradizionali a tubo catodico.

Il problema non è piccolo, in quanto sono veramente pochi i colori che "tengono" in entrambe le tipologie. Senza contare che a diverse inclinazioni del monitor rispetto a chi guarda, corrisponde una sensibile variazione del colore.

Personalmente penso che per ora sia debba progettare ancora per il catodico, limitandosi a controllare che su LCD il risultato sia accettabile. Quando avverrà il sorpasso, faremo il contrario. Temo che dovremo mettere in soffitta i nostri bellissimi monitor che ci assicurano una grande fedeltà di colore, progettando anche noi su LCD "per vedere l'effetto che fa".

Il lato positivo è che finiranno per sempre certi discorsi da sarta su "vorrei un punto di giallo-beige, tipo il cotone grezzo, ma non troppo intenso"... basterà inclinare il loro monitor per chiudere il discorso.



### **Variabilità delle preferenze nell'uso del monitor**

A prescindere dalle potenzialità dell'hardware, l'utente può intervenire modificando l'impostazione del monitor.

Può:

- ridurre i colori
- ridurre la risoluzione
- aumentare/ridurre la luminosità
- aumentare/ridurre il contrasto
- arrotondare o meno i caratteri, eliminando la fastidiosa "scalinitura" visibile soprattutto nei testi in grandi dimensioni.

Anche se la riduzione di luminosità e contrasto peggiorano obiettivamente la visibilità, molti utenti usano farlo nella convinzione che stanchi meno gli occhi. L'utilizzo della profondità-colore a 256 (anche se il monitor ha capacità maggiori) è spesso dovuta al fatto che diversi PC Wintel vengono consegnati con questo settaggio di default. L'utente inesperto (o interessato ad altri aspetti) soprattutto aziendale, può passare anni col monitor a 256 colori: il risultato è una rozza "puntinatura" (ditering) delle immagini ed una resa imprecisa (ed a volte sgradevole) del colore.

Per quanto riguarda la risoluzione del monitor, spesso sono gli utenti che la riducono, per vedere i caratteri più grandi quando leggono/scrivono (soprattutto in Office o con programmi diversi dal browser).

Potrebbero farlo con altri sistemi, ma questo è il più spiccio, anche se comporta un sacrificio in termini di ampiezza della "scrivania".



### Variabilità della piattaforma e del sistema operativo

Non esiste solo il mondo **Wintel**, come credono gli utilizzatori aziendali.

Il mondo **Macintosh e Linux** costituiscono una minoranza non trascurabile: almeno il 10%, ma per alcuni siti anche il 20/25%. Purtroppo non sono disponibili statistiche su base nazionale, mi baso su quelle (aggregate) dei siti che gestisco.

La differenza di piattaforma comporta una differenza nel rendering dei colori (sensibile soprattutto a 256 colori), nella dimensione dei caratteri, e nelle versioni dei browser.

La differenza più difficile da gestire è comunque quella della **dimensione dei font**: i caratteri in corpo 12 Windows corrispondono ad un corpo 14 Mac

Questo è conseguenza del fatto che Mac è un sistema a 72 DPI e Windows a 96.

I DPI (Dot per Inch, cioè Punti per Pollice) sono un sistema per misurare la risoluzione per la stampa e potremmo non occuparcene affatto (come in effetti facciamo) visto che su monitor i PPI (Pixel per Inch) sono una misura del tutto teorica, riferita a condizioni "ideali" che ciascun utente modifica secondo le sue esigenze.

Ci dobbiamo interessare di questa un po' oscura faccenda, perché qui risiede la fonte della maggior parte dei nostri problemi quotidiani di designer.

Semplificando (ma non troppo) possiamo dire che a una certa risoluzione del monitor, considerata "ideale" rispetto alla sua dimensione, se il sistema è a 72 DPI i caratteri si vedono alla stessa grandezza in cui poi verranno stampati, mentre se è a 96 DPI i caratteri si vedono al 133% della loro dimensione in punti.

Quindi, a parità di indicazione (font size, ma anche l'impostazione in punti con i CSS o in un documento di Word) gli utenti PC vedranno i font del 33% più grandi rispetto agli utenti Mac. Non è una differenza da poco.

Anche **i font disponibili sono diversi**: a parte molto pochi (come l'Arial e il Verdana, il Georgia) che vengono installati da Explorer anche su Mac e -ora- su Unix, tutti gli altri font sono differenti. Questo è il motivo per cui praticamente tutta la rete (con eccezioni marginali) usa Arial e Verdana come caratteri preferenziali.

Altre differenze, come il maggiore offset dei browser sotto Win, sono più facili da gestire (o da annullare con opportune istruzioni). L'**offset** è quella zona di rispetto che il browser crea all'inizio e a sinistra della finestra, prima del primo elemento (testo o immagine) della pagina. I browser per PC hanno un offset sensibilmente maggiore: in alcuni casi può essere un problema.

Oltre alla piattaforma può variare anche la versione del sistema operativo.

Questo non ha, al momento, una grande influenza sulla variabilità web, ma è comunque un elemento da tenere presente.



### Variabilità delle preferenze di sistema

Oltre a quanto detto riguardo all'hardware (cioè alle modifiche software di caratteristiche hardware) c'è da aggiungere la possibilità per gli utenti windows di settare i caratteri di default di sistema (cioè di tutte le applicazioni) a due livelli preimpostati (caratteri grandi e caratteri piccoli) più un terzo livello che consente di diminuirli e aumentarli percentualmente fino al 200% della dimensione di base.

Ho visto personalmente caratteri settati grandissimi, con una fruizione faticosa delle pagine web, perché il proprietario del computer usava Word (al contrario) con caratteri piccolissimi che altrimenti non sarebbe riuscito a leggere a video.

La cosa che mi colpì di più fu che tutta l'organizzazione usava questi stravaganti settaggi, originati -ritengo- dall'esigenza di stampare moduli su di un solo foglio, con molto testo in corpo 4 o 6 (con lo stile delle clausole delle assicurazioni, per intendersi).

Così, come una sorta di virus, quest'abitudine si era diffusa in diversi uffici, col risultato che praticamente tutti vedevano la rete in modo quantomeno singolare.

Come già detto, **questo della grandezza dei caratteri è il principale problema di variabilità** con cui tutti i web designer si scontrano ogni giorno.



## Variabilità del software

### Browser

I browser attualmente usati (**Netscape ed Explorer**) più o meno si equivalgono a parità di versione (a parte mille particolari che fanno impazzire i web designer, ma che non sono in buona sostanza maggiori di altre mille differenze tra le diverse versioni di uno stesso browser per Windows, Linux, Mac).

Comunque, l'unica vera differenza tra Netscape ed Explorer riguarda i colori di default della pagina. In assenza di indicazioni, Netscape visualizza una pagina grigia, con link blu vivo e link visitati violacei. Explorer una pagina bianca, con link sempre blu, ma link visitati verdi.

Il problema vero sono le **differenti "generazioni" di browser**.

Ciò che risulta attraente con un browser di generazione "4", visto con la release precedente si rivela un vero disastro.

E c'è ancora una ragguardevole minoranza di navigatori con browser 3, più qualche attardato sulla release 2.

In siti con oltre 100.000 visite/mese non è infrequente registrare qualche sparuto Netscape 1.1N.

Da segnalare anche il browser "**Opera**" per piattaforma Wintel: pochissimo usato, non sofisticato, non gratuito (costa circa 75.000 lire) ma in compenso veloce e "leggero" (pesa poco più di un mega), è disponibile da giugno 2000 anche in italiano.

Sempre basandomi sulle statistiche a cui ho accesso (per un'utenza globale di circa 1 milione di session mensili) ho una percentuale di utenti con browser precedenti alla release 4 variabile tra un 5% e uno 0,1%.

Purtroppo statistiche al riguardo riferite all'Italia, non ve ne sono. Una buona risorsa (a pagamento) è <http://www.statmarket.com> (come esempio gratuito ci sono solo dati riferiti ad inizio 1999). Una risorsa "storica" anche se certo molto meno significativa è <http://browserwatch.internet.com/stats.html> che mette da sempre a disposizione le statistiche di accesso al suo sito (frequentato soprattutto da addetti ai lavori, normalmente più dotati informaticamente, nonché più propensi all'uso di Netscape).



### Add on (plug in e player)

I browser possono essere potenziate da software aggiuntivi.

**I plug in** sono software che si integrano perfettamente nelle funzionalità del browser: l'utilizzatore non si accorge della loro presenza, ma -al contrario- si accorge sgradevolmente della loro assenza quando incontra una pagina che contiene un elemento che li richiede: in pagine non opportunamente predisposte per la compatibilità, può succedere anche che non veda assolutamente nulla, a parte il colore di fondo della pagina e l'icona con il plug in "rotto" che segnala il problema. Gli helper, invece, sono applicazioni esterne, che il browser apre quando incontra files che li richiedono.

Il più diffuso dei plug in è **Flash**, che viene distribuito di default insieme sia a Netscape che ad Explorer dalla release 4.1 in poi (ma nell'ultime release per Mac, la problematica ed elegante 5, non è stato inserito).

Il più diffuso degli **helpers** è **Real Audio e Video**, che sta conoscendo un crescente successo, grazie alla possibilità veramente interessante, di trasmettere audiovisivi anche lunghi velocemente, in virtù di uno streaming molto potente effettuato dal server Real.

Ovviamente non esiste confronto tra la diffusione di plug in installati automaticamente col browser ed altri add on che devono essere consapevolmente scaricati e installati sul proprio computer a cura dell'utente.

Analizzeremo più avanti le problematiche e le caratteristiche di plug in ed helper più diffusi: quello che importa considerare qui è questo ulteriore elemento di variabilità.



### Variabilità preferenze browser

Anche in questo ambito possono essere variate le preferenze rispetto alle impostazioni di default anche se è -paradossalmente- più raro, in quanto gli utenti meno smaliziati preferiscono intervenire più rozzamente, a livello di risoluzione del monitor o di settaggi del sistema.

La cosa su cui più spesso si interviene è -come sempre- la dimensione e il tipo dei font.

Volendo si possono forzare anche i colori (fondo, testo, link, link visitati e link al momento del clic).

Questa opzione è tuttavia poco sfruttata e utilizzata soprattutto da ipovedenti o daltonici (color blind).

Un'altra opzione - usata soprattutto da vecchi lupi di rete molto attenti alla bolletta - è quella di disabilitare il caricamento delle immagini, in modo da navigare più velocemente, richiamando le immagini solo qualora interessino.

E' un modo sempre più raro di utilizzare la rete, pero' è il motivo per cui Netscape 3 viene ancora usato in percentuali non sempre trascurabili: infatti browser più recenti non prevedono più questa opzione.

L'ingrandimento dei caratteri del browser a livello di preferenze del browser è spesso causato dal fatto che invecchiare non piace a nessuno. In età variabile tra i 40 e i 45 anni, la visione da vicino diventa più difficoltosa e la maggior parte delle persone diventa presbite (chi più chi meno). Prima di rassegnarsi ed appendersi al collo gli occhiali, tutti cercano di resistere come possono: uno dei metodi è ingrandire i caratteri di ciò che vediamo a video.

C'è da aggiungere, a questo proposito, che i mezzi occhiali da lettura si rivelano del tutto inadatti al monitor, che viene letto frontalmente ed a distanza meno ravvicinata dei mezzi tradizionali stampati su carta. Servirebbero quindi degli occhiali graduati

per la lettura a video, che però solo una minoranza decide di acquistare: e perché dovrebbe, se basta ingrandire il carattere?

Non crediate che le ansie da invecchiamento e il rifiuto a spendere almeno 200.000 lire per gli occhiali "da computer" siano cose che non vi riguardano.

Se ogni giorno ci troviamo davanti a tabelle che esplodono e a frames che vengono malamente tagliati sul video del nostro utente, questo ci riguarda molto da vicino.

Non possiamo aspettare che questo succeda sul computer del presidente, per affrontare il problema.





- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### I termini della questione

[Gif animati](#)

[Flash](#)

[Dinamic html](#)

[Applet java](#)

[Quick time](#)

[Lo streaming](#)

[Real Audio/Video](#)

[Altro](#)

[L'effetto "Las Vegas"](#)

[Intrattenimento?](#)

[Visione passiva e utilizzo attivo](#)

### **I termini della questione**

Dite "multimedia" e aspettatevi di tutto: dall'entusiasmo, a un'occhiata di compiacente superiorità.

Nel primo caso avete di fronte qualcuno che in rete naviga poco (probabilmente per lavoro) e la trova tutto sommato noiosa: non vede l'ora di poterla utilizzare per vedere (possibilmente gratis) il telegiornale o i film. E' disposto ad accontentarsi di qualsiasi cosa, purché basti cliccare da qualche parte senza tanto starci a pensare su. Nel secondo caso, forse vi serve qualche spiegazione di tanto malcelato fastidio. Il disgusto può essere di tipo filologico (strettamente parlando Internet è un unico mezzo, qualunque cosa vi succeda: si può parlare, casomai di "multisensorialità" come suggeriscono i puristi).

Un altro tipo di fastidio –più sostanziale- è che, come si usa dire, la multimedialità non è nulla di nuovo e il massimo può considerarsi raggiunto dall'opera lirica: voci, musica, suoni, movimento, e se come effetto c'è anche del fumo (magari nelle rappresentazioni all' Arena di Verona) i più vicini possono persino sentire l'odore della sostanza che lo ha creato.

Quindi evitate di dire "multimediale" nelle comunità più raffinate della rete, anche se (il significato delle parole è sempre una convenzione) noi sappiamo che comunemente così si indicano degli "oggetti" che contengono suoni e immagini in movimento, con cui alle volte si può interagire (per esempio [Flash](#) e [Quick time](#)) e alle volte no ([Real Audio/Video](#)).

La pur povera **multimedialità su rete**, è comunque l'aspetto che presenta maggiori problemi in termini di usabilità, sia perché alcune di queste tecnologie non sono supportate da vecchi browser tuttora in uso, sia perché altre richiedono **plug-in o helper** da scaricare dalla rete e installare sul proprio computer. Quantunque questi add-on siano completamente gratuiti, si calcola che anche quelli di maggiore diffusione raggiungano a mala pena il 10% di penetrazione tra gli utenti.

Ovviamente in pubblici di nicchia questa penetrazione può essere molto più elevata e sfiorare in alcuni casi la totalità. Per siti che si rivolgono ad un pubblico sicuramente attrezzato (come per esempio quelli dedicati alla musica e agli MP3) è logico utilizzare la tecnologia più adatta e diffusa presso il target, che consente di accedere ai contenuti del sito.

E' però sbagliato pensare di poter utilizzare tranquillamente la stessa tecnologia anche in siti con un pubblico più vasto ed articolato.

Tanto per fare un esempio, è da considerare il fatto che **in ambiente aziendale pochi computer sono in grado di riprodurre dei suoni**: i più vecchi sono privi di scheda audio, e i più nuovi sono spesso configurati in modo da non causare disturbo ai colleghi.

Prima di affidare parti significative della comunicazione a suoni o altri elementi "multimediali", quindi, bisogna essere molto documentati sulle effettive capacità di ricezione da parte degli utenti.



### Gif animati

Non presentano praticamente alcun problema di compatibilità e -per converso- offrono ben poche possibilità, tanto che ormai si usano quasi solo per i **banner**, in quanto presentano comunque il vantaggio di articolare un discorso in più fasi, oltre che ad avere un certo vantaggio in termini di attenzionalità, grazie al movimento. Possono essere agevolmente utilizzati anche per dare **istruzioni di funzionamento**, quando la spiegazione visiva è più semplice e immediata della descrizione a parole. Usati quasi sempre in **loop** (cioè con il movimento che si ripete indefinitamente) possono anche essere impostati diversamente: con un numero definito di ripetizioni. Personalmente, quando non si tratti di banner, credo che due e tre movimenti siano sufficienti ad attirare l'attenzione, e non sia necessario ripeterli ad infinitum disturbando la lettura.

Il problema, in gif animati posizionati in una parte della pagina non immediatamente visibile, è che il browser potrebbe esaurire il numero di ripetizioni impostate, prima che l'utente arrivi effettivamente a visualizzare l'immagine.

Inoltre, in animazioni esplicative può essere utile impostare la ripetizione in loop per consentire di riguardare la spiegazione in qualsiasi momento, senza essere costretti a ricaricare la pagina.

Malauguratamente i browser di ultima generazione supportano **gif animati anche come background**.

Questa funzionalità, che pure potrebbe essere usata per creare effetti glamour all'atto del caricamento, sempre impostando la ripetizione da una a tre volte al massimo, viene invece applicata come moto perpetuo, rendendo la lettura facile come fare il tiro a segno con qualcuno che vi strattone continuamente. Per chi è predisposto, inoltre, l'effetto "mal di mare" è quasi assicurato.



### Flash

Il plug in che consente di vedere flash è inserito di default in tutti i browser (Netscape ed Explorer) dalla release 4 o 4.1, cioè da abbastanza tempo da rendere sensato sviluppare con questa tecnologia. Tuttavia, proprio mentre sto ultimando la revisione di questo libro, è uscita un'allarmante novità: **Explorer 5 per Mac viene distribuito senza plug-in Flash**. Sia che si tratti di una scelta Microsoft di boicottare questa tecnologia, sia che corrisponda a qualche altro imperscrutabile disegno, la cosa rimette tutto in discussione.

Per chi ancora non lo sapesse, Flash realizza **filmati su base vettoriale**, relativamente leggeri e di buona qualità, consentendo di offrire quasi tutte le funzionalità di una pagina classica, compresa l'interattività.

Qualche sciagurato lo ha utilizzato effettivamente così, rendendo la navigazione forse exiting la prima volta che se ne vede uno e terribilmente noiosa tutte le volte successive. Flash è infatti un grande antidoto a qualsiasi tendenza alla fidelizzazione. Al di là di molti altri problemi, che potranno essere superati col tempo, quello che in Flash si rivela insopportabile è che ogni volta che fate un back o comunque ritornate ad una pagina che vi interessa, dovete sorbirvi tutto il "filmino" dall'inizio... e quando finalmente siete arrivati al punto, questo dura solo un attimo fuggente, e voi non potete neppure dare uno stop, a meno che il progettista non l'abbia previsto (di solito non l'ha previsto).

Se quell'informazione vi interessa, non vi resta che fotografare il monitor e archivarvela così.

Ovviamente la colpa non è tanto della tecnologia, ma dell'uso che se ne fa. **Flash è un'ottima tecnologia**, potente e robusta (cioè il massimo che si può chiedere) ma viene tuttora **impiegata male**, in modo barocco, per "meravigliare" e fare sfoggio di muscoli multimediali.

Il secondo problema di Flash è che se non avete il plug-in non si vede proprio nulla. Se il web designer non è dei più attenti, ma utilizza i template forniti con il programma di sviluppo, l'utente privo di plug-in viene automaticamente spedito sul sito Macromedia, con l'assurda pretesa che si scarichi il software, quitti il browser, decomprima e installi il plug-in, lanci nuovamente il browser, e ritorni infine sul sito che poco prima lo ha espulso così poco gentilmente perché non era adeguatamente attrezzato.

Flash si può usare, ma a patto di **non infastidire gli utenti privi di plug-in**. Con un semplice java script di detection è possibile discriminare e indirizzare automaticamente ciascun utente alla pagina studiata per lui, rendendo la navigazione piacevole per tutti, e non solo per chi è più attrezzato.

Per essere più sicuri, la pagina di base dovrebbe essere quella che richiede minori tecnologie, mentre il re-indirizzamento dovrebbe riguardare gli utenti più "dotati". In questo modo tuteliamo l'usabilità anche per chi usa browser molto vecchi o è tanto nemico degli effetti speciali da aver disattivato le funzionalità java script.

Un ultimo problema di Flash sono le sue versioni. L'ultima (la 4) offre la possibilità di interazioni (form) e di interrogazioni di DB, sia pure in modo meno flessibile e potente rispetto a strumenti più classici (cioè html).

Tuttavia i plug-in più diffusi sono relativi alla release precedente (la 3) e quindi i files in flash 4 sono fruibili da un numero abbastanza limitato di persone, che inoltre si irritano fortemente di essere spediti a Macromedia per fare "provviste" quando sanno di riuscire normalmente a vedere flash.

La questione è complessa, ma l'utente ha tutto il diritto di non saperlo e di non volerlo sapere: siamo noi che dobbiamo risolverla: in questo caso, evitando di usare Flash 4, almeno per qualche tempo.

L'ultimo problema di Flash non riguarda la sua usabilità lato utente, ma è ugualmente assai serio, e vale la pena di considerarlo bene prima di sviluppare aree consistenti con questa tecnologia. **Flash è assai oneroso da modificare ed aggiornare** e richiede molto più tempo, anche per cambiare una sola frase, rispetto ad una pubblicazione anche sofisticata fatta con metodi più "tradizionali".

Flash, quindi, tende a restare immutato nel tempo, per il suo alto costo di sviluppo: non è esattamente quello che ci si aspetta da un sito che vorrebbe essere innovativo e tecnologicamente evoluto ;-).



### Dinamic html

Il DHTML non è un linguaggio specifico, ma semplicemente un'espressione gergale per indicare gli **effetti speciali che si ottengono con java script e con l'uso dei "livelli" introdotti dall'html 4.**

Le possibilità del DHTML sono abbastanza limitate, anche se è indubbio che alcuni degli effetti che si possono ottenere sono a volte utili e spesso divertenti.

DHTML è un oggetto che attraversa la pagina, una serie di immagini che si attivano intorno al mouse quando lo si sposta, finestre pop up che aprono "sopra" la pagina, quando il mouse è sopra un link, oggetti che si possono spostare trascinandoli col mouse, menu gerarchici che funzionano come quelli di sistema (a cascata), testi che scorrono da soli in orizzontale o in verticale.

Più o meno è tutto qui, anche se sono possibili alcuni altri effetti di immagini che appaiono, si intersecano e scompaiono, che assomigliano molto alle transazioni "povere" da un'immagine all'altra che vediamo nei telegiornali ruspanti delle TV locali. Forse è proprio grazie a questa non prestigiosa somiglianza che finora questa possibilità non è stata ancora usata...

Alcuni degli effetti ottenibili con il DHTML sono comunque utili e, tanto per fare un esempio, rispetto ad un banner, è senz'altro più accattivante vedere una piccola auto che attraversa la pagina per andare a parcheggiarsi nel suo spazio pubblicitario. Sempre rispetto ad un banner, però, questa soluzione ha lo svantaggio di essere meno "industriale" e di richiedere una progettazione molto più attenta, oltre che una doverosa attenzione alla compatibilità all'indietro.

C'è da dire che, questo tipo di effetti basati sui livelli, vengono visti da **browser non aggiornati** in modo non necessariamente sgradevole, semplicemente visualizzando prima di ogni altra cosa gli oggetti dei livelli (testo o immagini che dovrebbero muoversi).

Se l'immagine è molto piccola e/o il testo breve e la loro collocazione non incongrua rispetto al senso della pagina è persino possibile non prevedere una pagina alternativa. Non che sia sempre consigliabile, ma se si riesce può essere un'alternativa interessante.

E' da tener presente, comunque, che su molti siti oltre il 99% degli utenti è attrezzato con browser che visualizzano correttamente il DHTML. In questo caso credo che non sia necessario prevedere pagine alternative, ma concentrarsi piuttosto sui **problemi di compatibilità degli script per entrambi i browser** (e non sono pochi).



### Applet java

Si tratta di piccole applicazioni in java (che poco ha in comune con javascript oltre al nome) che vengono spedite pre-compilate sul computer dell'utente e lì interpretate ed eseguite.

Il problema principale è che gli interpreti java di entrambi i browser, sia su Mac che su PC, sono tutt'altro che robusti e se l'applet non è a prova di bomba, fanno crashare quantomeno il browser al loro caricamento. Come "benvenuto" è dei meno graditi ;-)  
Purtroppo, inoltre, succede che alcune istruzioni di applet precedentemente caricati restino nella memoria, anche dopo aver lasciato un sito, e che entrino in conflitto con applet successivi, o che continuano a fare lavorare la CPU del computer, saturando in breve la Ram a disposizione del browser, che va gradualmente ma

inesorabilmente in apnea.

Di solito sono usati per far scorrere del testo sul monitor, ma possono fare anche altre cose, ancora più inutili e fastidiose, come far saltellare una scritta o giocare a rimpiazzare col mouse cercando di non farsi prendere.

Tutto questo può essere molto divertente, quando lo si vede per la prima volta, e la pagina è quella del tuo migliore amico, ma in tutti gli altri casi è meglio evitare...



### Quick time

Quick Time è una tecnologia Apple per **contenuti di tipo audiovisivo**, creata nel 1991, e da tempo supportata sia da Mac che da PC e attualmente **molto diffusa** per le sue qualità di compatibilità e compressione (file più leggeri e minor tempo di download).

Va comunque ricordato che la "leggerezza" di questo come di altri tipi di filmato è del tutto relativa (facilmente si arriva a un mega o più) e quindi l'uso che se ne fa deve essere molto accorto.

Non è adatta a realizzare interfacce, anche se consente una **blanda interattività** (praticamente solo interna a se stessa, oppure riferita ad un unico file html).

Ha **25 diverse funzioni che si possono impostare da html** e rispetto agli standard web ha una qualità decisamente elevata.

La cosa interessante è che **il plug in QuickTime è installato automaticamente** coi browser dalla versione 3 (e, a differenza di Flash) continua ad esserlo ancor oggi.

QuickTime è anche utilizzabile come "**helper**", nel qual caso si apre QuickTime Player, che ha un set di comandi minimo, spesso integrati da altri comandi e controlli previsti dal realizzatore.

Questa modalità viene usata anche per i trailer dei film, ed in questo caso si può immaginare che l'utente sia disponibile ad una certa attesa.

Di tutte le tecnologie "multimediali" QuickTime mi sembra al momento la più adatta all'intrattenimento, perché provvista di quel minimo di controllo che rende sensato vedere degli "spettacoli" sul monitor invece che in TV.

Le **funzionalità di streaming** presenti da Quick Time 2.5 in poi, hanno reso questo formato competitivo con Real (il cui vantaggio resta comunque uno streaming migliore).

QuickTime for the Web:

Hands-On-Guide

<http://developer.apple.com/techpubs/quicktime/qtdevdocs/QT4WebPage/sample.htm>



### Lo streaming

Lo streaming è una tecnologia che fa in modo che il filmato inizi ad essere visualizzato quasi subito, continuando a scorrere mentre il download è in corso).

Gestito da server adeguati, lo streaming **abbassa la qualità con il rallentare della trasmissione**, per tornare ad una buona qualità, non appena la trasmissione torna ad essere veloce.

In questo modo **non sia ha praticamente attesa** (a parte pochi secondi all'inizio) ed è possibile vedere filmati anche lunghi (decine di minuti) con una connessione ISDN o addirittura con un modem 28.800.



## Real Audio/Video

Real è un'altra tecnologia di compressione e trasmissione di materiali audiovisivi. Real Audio è stata la prima tecnologia veramente diffusa ed efficace per trasmettere voce e musica via web, consentendo la nascita delle prime web radio.

Nel 1999 Real Audio ha acquisito VivoActive e la sua potentissima tecnologia di streaming.

Al momento in cui scrivo (autunno 2000) pare essere **la tecnologia più promettente**, purché si utilizzi un "Real Server", che offre prestazioni di video broadcast e soprattutto non interferisce con il server web, che non viene appesantito dal traffico Real.

Il player di Real è un helper, distribuito freeware (e molto pubblicizzato) ma non presente "automaticamente" su ogni computer. Questo ne limita la diffusione ad una percentuale probabilmente inferiore al 20% degli utenti.

I file Real, infine, consentono un'interattività limitatissima. Questo non è un problema nel caso di trasmissioni broadcasting, in cui l'utente seleziona il filmato da vedere (o la "radio" da ascoltare). Se invece si desidera fare dell'audiovisivo un elemento integrante della pagina, Real è, al momento, meno interessante di Flash che consente un'interattività decisamente più ampia e potente, o di Quick Time, che, con molti limiti, offre qualche possibilità in più.



## Altro

Esistono numerosi altri plug-in ed helper, ma la loro diffusione è così limitata che non vale la pena di considerarli, con l'unica eccezione di shockwave, fratello maggiore (più anziano e per certi versi potente) di Flash.

A differenza di Flash, shockwave non viene installato di default con i browser e se non è completamente scomparso, è solo perché è il formato elettivo per salvare da Director (principale applicazione per lo sviluppo di CD rom) file visibili via web.



## L'effetto "Las Vegas"

Trovare in una pagina gif animati ed altri rutilanti immagini in movimento è quanto di peggio si possa immaginare per la sua usabilità. Non solo la lettura della pagina viene disturbata, ma l'utente viene innervosito da tutti questi movimenti. La visione periferica (con la coda dell'occhio) non è affatto precisa, e ha proprio la funzione di cogliere il movimento, in quanto fonte di possibile pericolo. E' una funzione molto utile anche in tempi non preistorici, in quanto consente di accorgersi non solo dell'arrivo di una belva, ma anche di quello di un TIR, spesso altrettanto spietato e pericoloso. Senza contare che, pur in tempi ed ambienti assai poco perigliosi come quelli che frequentiamo attualmente, può sempre succedere che un oggetto ci stia per cadere addosso... insomma si tratta di una funzione assai utile alla nostra sopravvivenza e non è un caso se l'abbiamo mantenuta attraverso i millenni. E' chiaro che se qualcosa si muove nell'area della visione periferica, anche se si tratta di un gif animato assolutamente innocuo, la mente percepisce segnali di pericolo, che pur tenuti a bada dalla razionalità, non mancano di rendere l'esperienza inutilmente stressante.

Qualcuno potrebbe obiettare che tutti i principali portali (cioè i siti di successo del momento) sono pieni di animazioni e movimento, sotto forma di banner. Ma il banner ha proprio la funzione di attirare l'attenzione, distogliendola dalla lettura, per dirottare l'utente altrove. Ed i portali hanno nel banner una delle principali fonti dei loro -a quanto pare- non eclatanti introiti. Essendovi costretti, la scelta è comprensibile. Ma se nessuno vi paga, perché farvi male da soli funestando la vostra

pagina con letterine che si infilano nella busta o altre più sofisticate ma non meno fastidiose trovate del genere?

Se proprio movimento ha da essere, perché non scegliere di farlo compiere un'unica volta? Se non tutti e non sempre lo vedranno, non sarà grave: potranno comunque vedere in pace il vostro sito e magari scoprire, non infastiditi da un'eccesso di stimoli insignificanti, che finalmente possono trovare proprio qui quello che stanno cercando.

### **L'utilizzo informativo**

Questo sarebbe veramente l'utilizzo ottimale di tecnologie come Flash, Real o Quick time: mostrare "come si fa" o aiutare a fare qualcosa come progettare un mobile componibile, o scegliere dei colori, o accostare delle stoffe, tanto per non fare sempre degli esempi inter nos, come quello classico, della spiegazione dell'uso di un nuovo programma.

Purtroppo, invece, questo è l'uso più raro di queste tecnologie, perché è meno appariscente, anche se veramente utile.

E' incredibile, ma molti preferiscono spendere in una home page con atterraggio di astronave ed uscita degli alieni (si fa per dire) piuttosto che investire in un reale servizio all'utente, che però ha il difetto di essere in una pagina interna e pertanto rischia di non essere visto dal 100% dei visitatori del sito.

### **L'utilizzo riempitivo**

Questo è un utilizzo intelligente in determinati casi, come per esempio quando non si è ancora pronti con il sito vero e proprio, ma è tuttavia opportuno essere presenti su web in modo prestigioso -quantunque vago e incompleto.

Piuttosto che il triste "cartello" dei lavori in corso, mille volte meglio una bella animazione flash, che per dire "ci sarà questo e ci sarà quello" impiega due minuti buoni, possibilmente con una musica non ossessionante di sottofondo.

Molto significativo, in questo senso, è stato il lancio di Kataweb, che è avvenuto nell'estate 1999 proprio con un flash dal mood vagamente patriottico che muoveva sul nostro video una sorta di codice a barre tricolore, su cui apparivano le scritte dei servizi e delle aree che avrebbe offerto. Non diceva e non offriva molto di più, ma vi furono, in luoghi in cui si discute di queste cose, le più mirabolanti profezie sulla scelta di realizzare un portale in flash, suscitando un'ondata di irragionevole entusiasmo e di attesa per vedere "come" sarebbe stata realizzata questa impresa. Quando il vero Kataweb fu pubblicato, in modo del tutto sensato e tradizionale, e si rivelò persino più sobrio della maggior parte di siti analoghi, fu comunque evidente che il Flash "di attesa" aveva assolto benissimo la sua funzione.



### **Intrattenimento?**

Io non uso la rete come intrattenimento, ma le mie figlie e molte persone che conosco sì. E i siti che frequentano con questo scopo sono soprattutto di due tipi: quelli che ospitano una web chat e quelli da cui si scaricano MP3.

Un intrattenimento piuttosto usato deve essere anche quello offerto dai siti porno, anche se nessuno ammette di andarci.

Che una scritta ballonzolante sul monitor o un filmatino grande come due francobolli siano intrattenimento, invece, non riesco a crederlo.

Sono convinta che la gente abbia bisogno di un bel po' di più per divertirsi o emozionarsi, anche se posso capire che persone che passano il loro tempo tra fogli di Excel e copie commissioni, se arrivano in un sito che non ci assomiglia per niente tirano un sospiro di sollievo, e se per di più c'è qualcosa che si muove e magari persino una musichina, possono chiamare il collega e dirgli "guarda qui, che bello su questo sito".

Il collega si alza e parlano due minuti, prima di tornare a Excel. Ma l'intrattenimento è il collega, non è il sito: questo deve essere chiaro.

Nessuno che non sia un progettista interessato a capire "come si fa" passa volentieri più di qualche minuto al mese a vedere sigle di siti (altro non sono) quando ne vede tutti i giorni in TV.

Un discorso completamente a parte merita invece chi usa queste tecnologie per progetti espressivi, o "artistici" come più spesso vengono chiamati.

Non solo questo tipo di creativo ha tutto il diritto di esprimersi come meglio crede e di condividere la sua opera pubblicandola via web, ma non di rado realizza opere di grande intensità e fascino, ricche di significato e di suggestioni.

Mostrare queste opere via web è effettivamente una forma di intrattenimento, non diversa dalla visita ad una mostra di arte contemporanea.

Ma si tratta di un'accezione del tutto particolare, importante da un punto di vista culturale, ma numericamente trascurabile.

Per chi è interessato, "the Remedi project" è una delle iniziative più interessanti (<http://www.theremediproject.com/>).

Ovviamente, nel caso in cui filmati e cartoon siano "contenuti" del sito (per esempio in un sito sul cinema) il problema di usabilità non sta tanto nel decidere "se" vadano usati, ma "come", per renderli facilmente visualizzabili.



### **Visione passiva e utilizzo attivo**

L'internet in generale e il web in particolare sono mezzi pensati per un utilizzo strettamente individuale. Se già leggere un quotidiano in due è molto scomodo e irritante, navigare collettivamente è assolutamente impossibile. Le volte che succede, la cosa diventa possibile solo se uno "guida" e l'altro (o gli altri) guardano. Pagine normalmente interessanti, diventano molto noiose se navigate con i ritmi di qualcun altro. In più, difficilmente si riesce ad avere la posizione ottimale per una buona fruizione davanti al monitor. Se poi la visione è davvero collettiva, con una grande proiezione di fronte ad un gruppo di persone, anche se le parole si leggono, la situazione percettiva non è certo ottimale per la lettura e l'utilizzo. Un sito anche ottimo non riesce in queste condizioni ad essere apprezzato per quello che vale. Analogamente, se lo si mostra a qualcuno che non è abituato ad utilizzare la rete, a prima vista non ci troverà proprio nulla di speciale. Il web ha senso come miniera di informazioni e possibilità di interazione, come grande (e caotica) enciclopedia della contemporaneità e come strumento per interagire a distanza trovando informazioni e compiendo azioni, che normalmente ottengono come massimo impatto sul reale lo spostamento di (poco) denaro o l'arrivo di un pacco con della merce ordinata. Insomma: niente di molto spettacolare.

Ma basta che qualcosa si muova sullo schermo, magari con l'accompagnamento di voci, suoni o musica, perché la faccenda diventi molto più interessante per l'uditorio, che immediatamente e visibilmente dà segni di interesse ed approvazione.

Finalmente si realizza un situazione più consueta e fruibile collettivamente: lo spettacolo: in parte è dovuto alla cultura televisiva, ma in parte è del tutto naturale. La fruizione collettiva deve essere per forza di cose passiva, in quanto la possibilità di scelta evidenzia le differenze individuali e, nell'impossibilità di agirle, diventa frustrante o -come minimo- noiosa.

Io credo che sia del tutto comprensibile che una realtà che decide di affacciarsi su web abbia dei momenti in cui ha bisogno di mostrare il proprio sito ad un gruppo di persone (dal consiglio di amministrazione ai giornalisti, dalla forza di vendita ad altri interlocutori aziendali). Credo anche che non ci sia da stupirsi se desidera avere

uno strumento adatto a questo scopo.

Il nostro lavoro è proprio quello di realizzare dei progetti che consentano di raggiungere gli obiettivi presso un determinato pubblico.

Normalmente la richiesta non ci viene fatta con tanta chiarezza: di solito ci troviamo di fronte un signore che ci mostra diversi siti che si muovono e ci chiede se siamo capaci di farlo e se costa molto, con l'espressione di un bambino povero davanti al negozio di giocattoli più bello della città.

Secondo le nostre convinzioni, prendiamo la palla al balzo per realizzare finalmente il progetto "multimediale" dei nostri sogni, oppure gli diciamo che costa moltissimo e che è un tormento tenerla aggiornata (personalmente appartengo a questa seconda scuola di pensiero).

In nessuno dei due casi abbiamo dato una risposta corretta alle sue esigenze.

Se ce lo chiede evidentemente ne ha bisogno per un certo tipo di pubblico, che magari è costituito unicamente dal presidente, ma per raggiungere i suoi obiettivi si tratta di un pubblico estremamente importante. Si tratta di un'accezione particolarissima del marketing one to one, ma io non credo che dobbiamo scandalizzarci.

Tutto si può fare (a patto di non infastidire i passanti e di non far imbizzarrire i cavalli, come diceva Oscar Wilde) purché si sia entrambi chiari e sinceri (progettista e committente).

Nulla vieta che nella home ci sia, ben in vista, un pulsante per la "smart presentation" (o come la si vorrà chiamare) che abbia proprio questa funzione: quella di consentire una presentazione del sito e/o dell'azienda in una forma gradevole e adatta ad una visione collettiva. Il problema, a questo punto, è solo relativo al costo, che tuttavia in progetti di un certo respiro non si rivelerà certo inaccessibile.

Una volta che questo strumento sia disponibile, sarà senz'altro usato in molte occasioni e l'investimento si rivelerà sensato.

Ed avremo aumentato l'usabilità del sito, anziché limitarci a difenderla (o a metterla in pericolo, secondo i casi).





- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"
  - [Elementi di variabilità](#)
  - [Multimedialità](#)

#### Quick link

- [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

<< Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Il libro contiene diversi URL a siti citati per le più diverse ragioni. Ecco qui l'elenco completo dei link (in ordine di apparizione)

Qui di seguito vengono riportati tutti gli URL citati nel libro, con il riferimento della pagina ed una descrizione molto sintetica del contesto. Per coerenza e completezza, vengono riportati anche link conosciutissimi e link ripetuti in diverse pagine.

Con l'occasione, comunque, segnalo anche quanto è cambiato nelle poche settimane necessarie per la pubblicazione del libro. Gli URL citati nel libro ma non più esistenti sono su fondo grigio (e, ovviamente, non attivi).

Al 29 gennaio 2001 tutti i link di questo elenco funzionano...

#### pag. link

- |     |   |
|-----|---|
| 9   | <a href="http://www.statmarket.com">http://www.statmarket.com</a><br>Statistiche (a pagamento) su 40 milioni di utenti  |
| 9   | <a href="http://browserwatch.internet.com/stats.html">http://browserwatch.internet.com/stats.html</a><br>statistiche sull'uso dei browser (riferite al sito medesimo)   |
| 17  | <a href="http://www.poynter.org/eyetrack2000">http://www.poynter.org/eyetrack2000</a><br>studio relativo a cosa si guarda in rete (effettuato misurando i movimenti oculari)  |
| 49  | <a href="http://hotwired.lycos.com/webmonkey/99/09/index0a.html">http://hotwired.lycos.com/webmonkey/99/09/index0a.html</a><br>riflessioni sullo scarso uso del PNG (Portable Network Graphics)                                   |
| 65  | <a href="http://developer.apple.com/techpubs/quicktime/qtdevdocs/QT4WebPage/sample.htm">http://developer.apple.com/techpubs/quicktime/qtdevdocs/QT4WebPage/sample.htm</a><br>Piccola guida per sviluppatori sul formato QuickTime |
| 70  | <a href="http://www.theremediproject.com">http://www.theremediproject.com</a><br>un interessante progetto per l'espressione artistica attraverso i linguaggi del Web  |
| 81  | <a href="http://www.useit.com">http://www.useit.com</a><br>considerato la bibbia dell'usabilità... ma c'è chi non è d'accordo   |
| 112 | <a href="http://www.gga.com/fl_fr.htm">http://www.gga.com/fl_fr.htm</a><br>Esempio di un menu in flash (uno dei primi). La pagina non esiste più e il sito è stato peggiorato con un flash noioso, lungo, e uguale a mille altri. |

- 113 <http://www.mclink.it>  
conteneva un gradevole effetto in flash, ora scomparso:-(  
...ne resta un ricordo in una piccola onda (nei menu a sinistra).  
Grazie alla "courtesy" di Daniela Apollonio, che me l'ha inviata, c'è qui  
una [pagina di dimostrazione](#) (poiché è solo una pagina, guardate il  
Flash, ma non seguite i link ;-)
- 132 <http://reclutamento.murst.it>  
Il sito dei concorsi dell'università italiana: un sito completamente  
dedicato all'interazione e interrogazione di DB.
- 148 <http://www.barbie.com>  
interfaccia di "simulazione" nel sito Barbie (molto adatto al target)
- 150 <http://www.usmmm.org/doyourememberwhen>  
interfaccia di "rappresentazione" in questo sito dedicato all'Olocausto.  
Uno dei siti più patinati e meno usabili della rete... (l'interfaccia di  
rappresentazione è poco diffusa e non ho trovato di meglio per  
esemplificarla)
- 151 <http://www.yahoo.com>  
(non so se avete presente ;-)...interfaccia di "azione"
- 180 <http://www.cast.org/bobby>  
il sito più autorevole che si occupa dell'usabilità da parte di portatori di  
handicap
- 195 <http://developer.netscape.com>  
ancora molto utile, per capire perché Netscape ci fa impazzire
- 195 <http://www.dynamicdrive.com>  
una miniera di script DHTML (robusti e affidabili, nei limiti del  
DHTML)
- 197 <http://www.alitalia.it/index.html>  
...anche se era più bello nella "vecchia" versione, senza intro in flash,  
mantiene uno "spazio-scroll" per le offerte (in alto a destra) ben  
consegnato
- 198 <http://www.virgilio.it>  
anche se e' un sito tra i più "smilzi" della rete, provate a stamparlo... e  
verrà "tagliato" sulla destra.
- 201 <http://www.flazoom.com>  
Un ottimo (e serio) sito dedicato agli sviluppatori flash.  
Non ha avuto paura di esordire con un editoriale intitolato "[a Cancer on  
the Web called Flash](#)".
- 202 [http://www.gga.com/fl\\_fr.htm](http://www.gga.com/fl_fr.htm)  
Esempio di un menu in flash (uno dei primi)... già citato
- 205 <http://www.planetitalia.com>  
Dopo aver lanciato la Web TV in Italia, nel suo sito a settembre 2000  
non ne restava traccia... ora è scomparso anche il sito
- 205 <http://www.freedomland.net>  
Sparita Planetitalia, ci riprova Freedomland (con la Web TV)
- 209 <http://info.med.yale.edu/caim/manual>  
La mitica style guide della Yale University... imperdibile

210 <http://www.virgilio.it> (again ;-)

anche se i link di Virgilio non sono nel blu di default, nessuno si trova in difficoltà...

### siti che funzionano in rete

#### **Perché non sono citati siti italiani?**

Perché mi dispiaceva non poterli citare tutti. Magari dimenticando proprio quello fatto da un amico (o, ancora più rischioso, da un "nemico"... :-)

Non è neppure una selezione: solo qualche esempio, per dimostrare che "siti che funzionano" in rete ce ne sono ... e l'usabilità non è un'utopia ;-)

213 <http://www.adobe.com>

Molto ricco di contenuti, tips, notizie. Agevole da navigare e con molta cura anche per le pagine di servizio.

216 <http://www.habitat.org>

Un'iniziativa no-profit: un sito molto semplice (quasi ingenuo), molto compatibile, gradevole.

217 <http://www.freebord.com>

Ha vinto molti premi: un piccolo sito curatissimo, che forse abbonda nell'uso delle immagini, ma è leggero, piacevole e senza problemi.

220 <http://www.risd.edu>

Il sito di una scuola di design. Ovviamente molto elegante, ma senza compromettere l'usabilità. Interessanti soprattutto le pagine interne.

222 <http://www.redenvelope.com>

Un sito di e commerce dedicato ai regali: invitante, rassicurante, molto utilizzabile.

224 <http://www.familytreemagazine.com>

Un portale per le "storie di famiglia". Meno affollato di altri portali. Semplice, rilassante.

227 <http://www.fool.com>

Uno dei siti più apprezzati tra quelli dedicati alla finanza on line. Interessanti i servizi di personalizzazione offerti.



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)

## Esempi "live"

- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



## Il libro contiene diversi esempi (giocoforza stampati) Qui li potete "toccare con mouse"

Ecco gli esempi riprodotti (o descritti) nel libro, con il riferimento della pagina ed una descrizione molto sintetica. I link rimandano ad una pagina di approfondimento.

Alcuni degli esempi riguardano argomenti di base, che molti di voi troveranno scontati.

Altri riguardano argomenti più complessi, che richiedono -per essere compresi- una certa pratica di progettazione. Per non annoiare nessuno, trovate una piccola sigla colorata:

- **B= basic**
- **R= regular**
- **A= advanced**

### pag. ? esempio

- 4 **B** [Visualizzazione](#) in monitor a diverse risoluzioni: che cosa vuol dire?
- 27 **R** [Il testo giustificato](#) (bloccato a destra e a sinistra) è più faticoso da leggere. Provate voi stessi con questi esempi on line.
- 30 **A** Come usare una [combinazione di frames e tabelle](#), per rendere più facilmente stampabili le pagine?
- 31 **B** Provatelo da soli: cosa succede se si ingrandiscono molto i font nelle [preferenze del browser](#)?
- 34 **R** La prova provata: ecco [cosa succede su Mac](#) se voi impostate i CSS in punti.
- 41 **R** Perché dovete [evitare il famigerato "clicca qui"](#)
- 49 **A** Le [sfumature "chiazze"](#) dei JPG  
(110 K ... abbiate pazienza, ma altrimenti non era possibile mostrarlo ;-)
- 50 **A** Come funziona il ["peso" dei GIF](#)
- 51 **A** Come si rovina un [JPG](#)
- 60 **R** [Gif animati](#): i "buoni" e i "cattivi"
- 114 **A** Usare Flash senza infastidire chi non ce l'ha ([script e trucchi](#))
- 188 **A** Un [baco Netscape nei CSS](#) (meno conosciuto di altri ;-)
- 190 **A** Solo per Mac User: come [Explorer 5 "buca" i CSS](#)
- 192 **A** Come impostare i [CSS in modo compatibile](#)

Gli esempi vengono implementati giorno per giorno...



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Visualizzazione in monitor a diverse risoluzioni

Non offendetevi se lo spiego...

in questo sito può arrivare anche qualcuno che non lo sa ;-)

La risoluzione del monitor è indipendente dalla sua dimensione e si riferisce al numero di pixel visualizzati.

I pixel sono gli "atomi" dello schermo: minuscoli "quadrantini" di luce colorata che disegnano tutto quello che vedete sul vostro monitor.

Più alta è la risoluzione dello schermo, più pixel ci sono.

Facciamo un esempio per capirci.

La gatta e il topo dell'immagine sono "grandi" al naturale in tutto 48x36 pixel.



Qui sotto li vedete molto ingranditi (notate i pixel?)



Tra le due immagini non esiste differenza come "quantità di informazione": in entrambe vedete una gatta e un topo, allo stesso livello di "definizione" sia pure di differenti dimensioni.

Poniamo, per assurdo, che esista un monitor di risoluzione 48x36, indipendentemente dalla sua dimensione, vedreste sempre la gatta e il topo: più grandi o più piccoli.

Immaginiamo ora di aumentare la risoluzione... il "campo" di allarga fino a scoprire che c'è un'altra gatta e un altro topo... La dimensione è minore dell'immagine immediatamente precedente: ma c'è più informazione: ci sono più pixel.



Di questo si parla, quando ci si preoccupa della risoluzione.

Per darvene un'idea che si potesse contenere in questa pagina, ho usato immagini molto piccole.

In realtà la risoluzione dei monitor varia dal 640 x480 (quasi in disuso) a 1920 x 1080 (ed anche di più).

La base su cui si progetta al momento è la risoluzione 800 x 600. Anche se sono sempre più diffusi monitor da 1024 x 768, è ancora troppo rischioso progettare per questa risoluzione: chi ha un monitor inferiore vedrebbe solo "una gatta e un topo" e per vedere gli altri due sarebbe costretto ad un doppio scroll (verticale e orizzontale), con una grossa perdita di ergonomia e utilizzabilità del sito.



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Se scrivete per farvi leggere, cercate di non rendere la cosa troppo difficile...

Qui di fila riporto lo stesso testo (un paragrafo sulla multimedialità, tratto dal libro) nelle tre impaginazioni: a bandiera (altamente consigliato), giustificato (dà una falsa sensazione di "ordine" ma è più faticoso), giustificato in colonne (no comment ;-)

#### Impaginate a bandiera...

Dite "multimedia" e aspettatevi di tutto: dall'entusiasmo, ad un'occhiata di compiacente superiorità.

Nel primo caso avete di fronte qualcuno che in rete naviga poco (probabilmente per lavoro) e la trova tutto sommato noiosa: non vede l'ora di poterla utilizzare per vedere (possibilmente gratis) il telegiornale o i film. E' disposto ad accontentarsi di qualsiasi cosa, purché basti cliccare da qualche parte senza tanto starci a pensare su.

Nel secondo caso, forse vi serve qualche spiegazione di tanto malcelato fastidio. Il disgusto può essere di tipo filologico (strettamente parlando Internet è un unico mezzo, qualunque cosa vi succeda: si può parlare, casomai di "multisensorialità" come suggeriscono i puristi).

Un altro tipo di fastidio –più sostanziale- è che, come si usa dire, la multimedialità non è nulla di nuovo e il massimo può considerarsi raggiunto dall'opera lirica: voci, musica, suoni, movimento, e se come effetto c'è anche del fumo (magari nelle rappresentazioni all' Arena di Verona) i più vicini possono persino sentire l'odore della sostanza che lo ha creato.

#### Evitate il "justify"...

Dite "multimedia" e aspettatevi di tutto: dall'entusiasmo, ad un'occhiata di compiacente superiorità.

Nel primo caso avete di fronte qualcuno che in rete naviga poco (probabilmente per lavoro) e la trova tutto sommato noiosa: non vede l'ora di poterla utilizzare per vedere (possibilmente gratis) il telegiornale o i film. E' disposto ad accontentarsi di qualsiasi cosa, purché basti cliccare da qualche parte senza tanto starci a pensare su.

Nel secondo caso, forse vi serve qualche spiegazione di tanto malcelato fastidio. Il disgusto può essere di tipo filologico (strettamente parlando Internet è un unico mezzo, qualunque cosa vi succeda: si può parlare, casomai di "multisensorialità" come suggeriscono i puristi).

Un altro tipo di fastidio –più sostanziale- è che, come si usa dire, la multimedialità non è nulla di nuovo e il massimo può considerarsi raggiunto dall'opera lirica: voci, musica, suoni, movimento, e se come effetto c'è anche del fumo (magari nelle rappresentazioni all' Arena di Verona) i più vicini possono persino sentire l'odore della sostanza che lo ha creato.

#### ... soprattutto nelle impaginazioni a colonna

Dite “multimedia” e aspettatevi di tutto: dall’entusiasmo, ad un’occhiata di compiacente superiorità.

Nel primo caso avete di fronte qualcuno che in rete naviga poco (probabilmente per lavoro) e la trova tutto sommato noiosa: non vede l’ora di poterla utilizzare per vedere (possibilmente gratis) il telegiornale o i film. E’ disposto ad accontentarsi di qualsiasi cosa, purché basti cliccare da qualche parte senza tanto starci a pensare su.

Nel secondo caso, forse vi serve qualche spiegazione di tanto malcelato fastidio.

Il disgusto può essere di tipo filologico (strettamente parlando Internet è un unico mezzo, qualunque cosa vi succeda: si può parlare, casomai di “multisensorialità” come suggeriscono i puristi).

Un altro tipo di fastidio –più sostanziale- è che, come si usa dire, la multimedialità non è nulla di nuovo e il massimo può considerarsi raggiunto dall’opera lirica: voci, musica, suoni, movimento, e se come effetto c’è anche del fumo (magari nelle rappresentazioni all’ Arena di Verona) i più vicini possono persino sentire l’odore della sostanza che lo ha creato.





- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Se avete scelto i frames per altri motivi...

Il problema di rendere stampabili le pagine (in siti in cui questo abbia un senso) naturalmente può essere risolto in vari modi, e un'organizzazione a frames non è né l'unica né la migliore delle soluzioni a questo problema. Se però l'impostazione a frames è stata scelta per altri motivi, potete utilizzarla "anche" per rendere stampabili le pagine. Vediamo come

### Pagine "stampabili"

Il browser stampa correttamente (cioè senza tagliare a destra) due tipi di pagine e precisamente quelle che presentano le seguenti impostazioni:

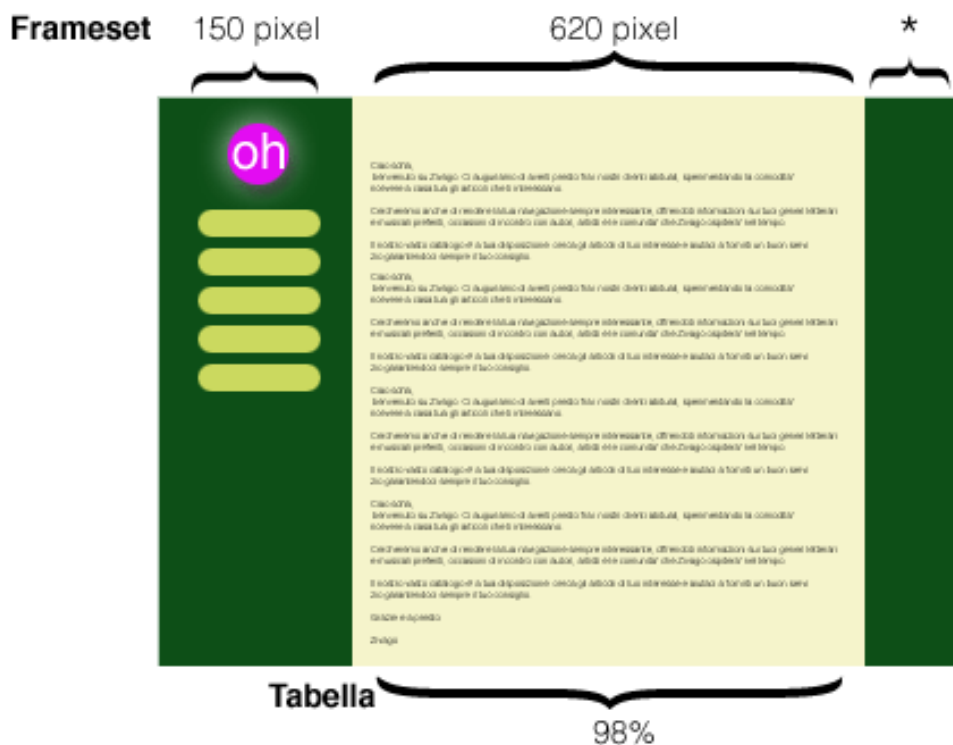
- tutti gli elementi sono contenuti in una tabella non più larga di 535 pixel (che attualmente nessuno fa più, per ovvi motivi di spreco di spazio)
- gli elementi non sono contenuti in alcuna tabella
- gli elementi sono contenuti in una tabella espressa in percentuale

Le ultime due impostazioni vengono usate con una certa prudenza perché, soprattutto ora che la diffusione di monitor a risoluzione 1024 x 768 sta crescendo, il testo rischia di diventare troppo largo e quindi quasi illeggibile. Si preferisce lasciare un'area di respiro a destra, eventualmente con qualche accorgimento perché non risulti del tutto "vuoto".

### Come bloccare in pixel coi frames, lasciando le tabelle in percentuale

Impostando la larghezza dei frames in pixel, per ottenere la dimensione desiderata, si può impostare la larghezza delle tabelle delle pagine interne in percentuale (che comunque verranno dimensionate dal frameset).

In questo modo la stampa della pagina si dimensionerà automaticamente sulla larghezza del foglio.



L'ultimo frame a destra ha la funzione di "ammortizzare" con il colore (o con un'immagine, un motivo o quel che volete) lo spazio "vuoto" nei monitor ad alta risoluzione.

La tabella è indicata al 98% anziché al 100% per evitare un fastidioso "baco cosmetico" di Netscape.

In questo frameset (composto solo di tre colonne) non succederebbe, ma se ci fosse anche un frame orizzontale di base, l'impostazione della tabella al 100% (o la mancanza di tabella) farebbe comparire un'indesiderata barra di scorrimento orizzontale.

up 



Libro

- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

<< Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



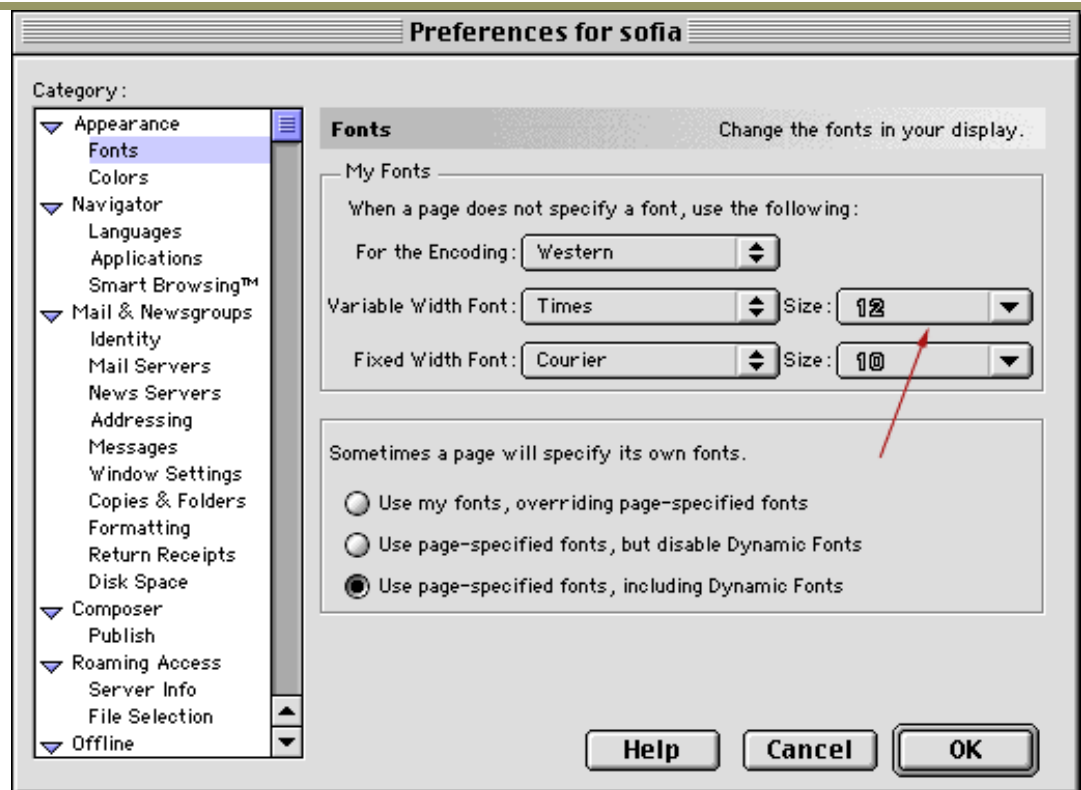
### **Do it yourself ;-)**

OK, non è leale... tutti i siti "esplodono" se si aumentano a dismisura i caratteri... ma quelli fatti bene esplodono con maggiore "dignità"... restando comunque leggibili.

Non è una prova oziosa: è importante per capire come può vedere il nostro sito una parte (non sempre trascurabile) del pubblico.

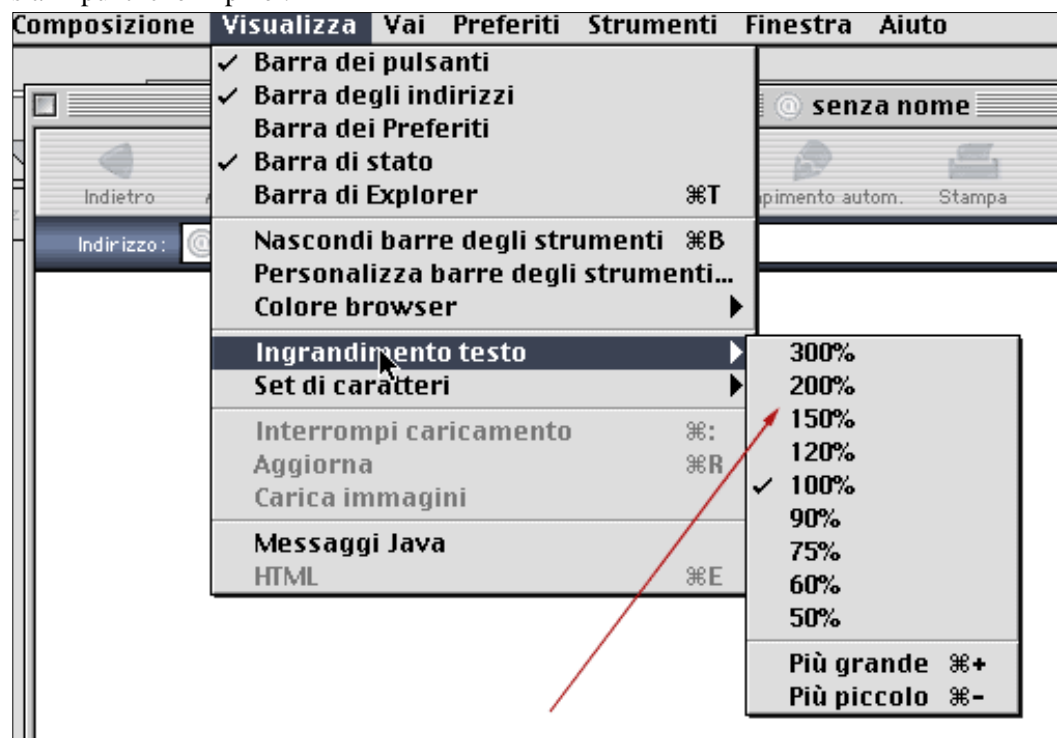
Per chi ancora non lo sapesse fare, ecco delle piccole istruzioni di come si cambiano i font nelle preferenze del browser.

### **Macintosh Netscape**

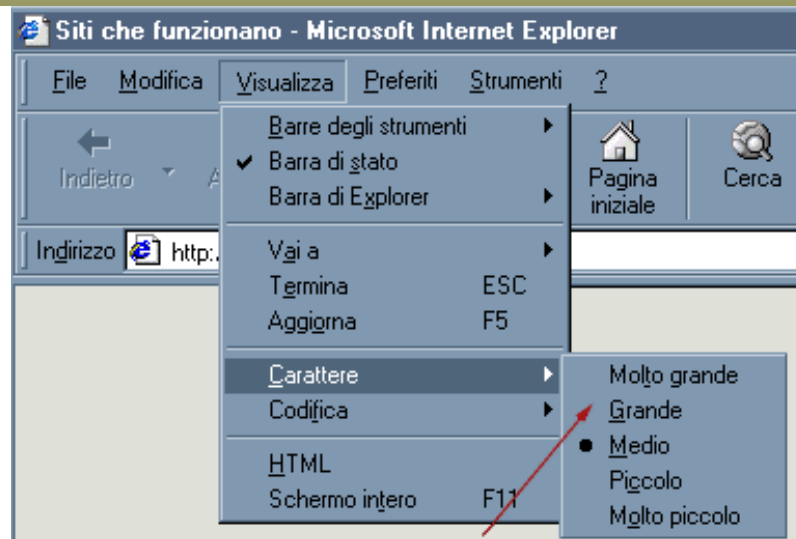


### Macintosh Explorer 5

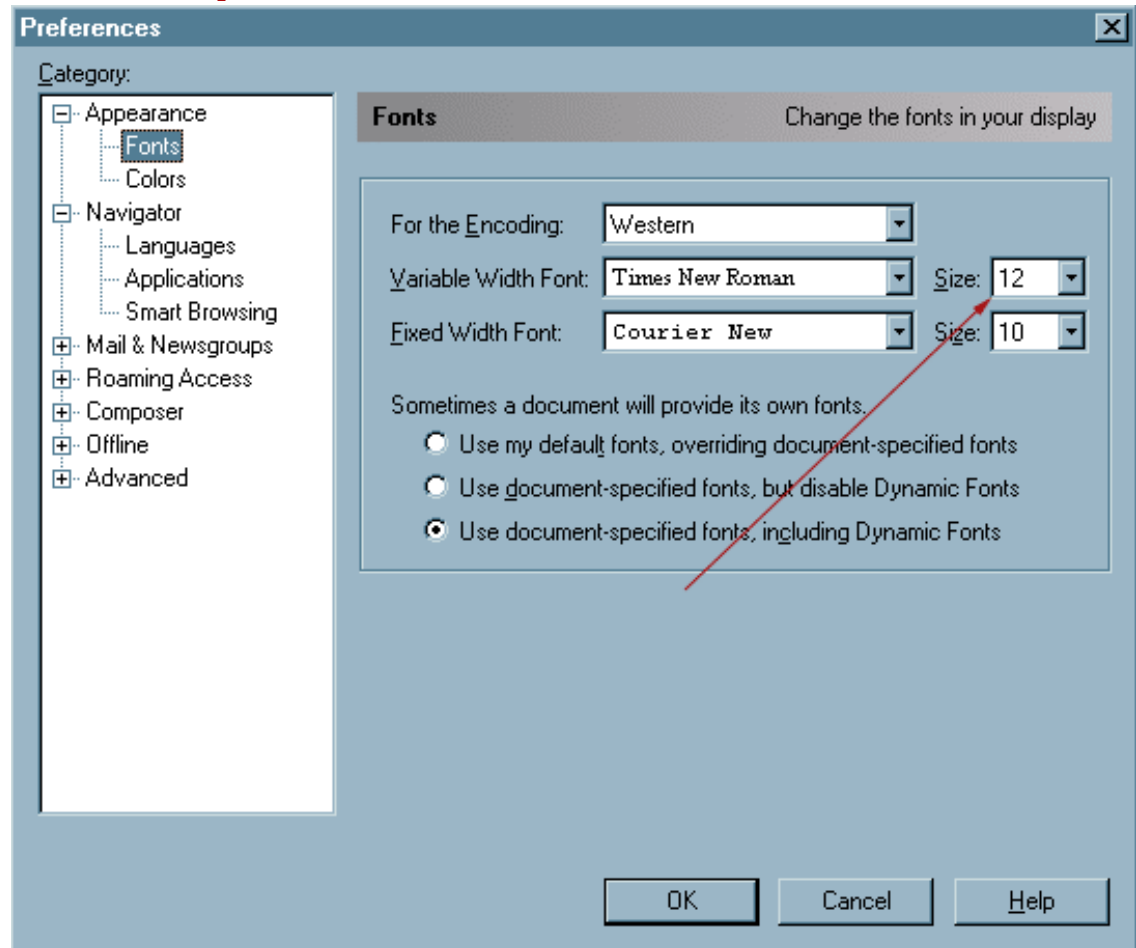
Importante: con questa funzione di Internet Explorer per Mac, si "bucano" anche i CSS fissati sia in punti che in pixel.



### Windows Explorer 5



### Windows Netscape





- [La questione dell'usabilità](#)
  - [L'indice](#)
  - [L'introduzione](#)
  - Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
  - [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Perché evitare il famigerato "clicca qui"

Molto semplicemente, provate a guardare l'elenco da cui siete appena partiti, nella sua versione "clicca qui".

#### pag. ? esempio

- 4 B [Visualizzazione in monitor a diverse risoluzioni:](#)  
che cosa vuol dire? Per scoprirlo, [clicca qui](#).
- 27 R Il testo giustificato (bloccato a destra e a sinistra) è più faticoso da leggere. [Clicca qui](#) e prova tu stesso con questi esempi on line.
- 30 A [Clicca qui](#) per vedere come usare una combinazione di frames e tabelle, per rendere più facilmente stampabili le pagine?
- 31 B Provatelo da soli: cosa succede se si ingrandiscono molto i font nelle preferenze del browser? [Clicca qui](#) per vedere come si fa.
- 34 R [Clicca qui](#): ecco cosa succede su Mac se voi impostate i CSS in punti.
- 41 R Perché dovete evitare il famigerato "clicca qui". [Clicca qui](#) per vederlo coi tuoi occhi.
- 49 A [Clicca qui](#) per vedere le sfumature "chiazze" dei JPG  
... eccetera. Ma può bastare, credo ;-)

La soluzione, ovviamente, è individuare la parola (o la breve combinazione di parole) che riassume il senso del link. Non esiste? La soluzione è semplice: si cambia la frase, in modo che la contenga.

### Un altro errore

E' sbagliato anche linkare "tutta" la frase coinvolta, anche quando è molto lunga. In questo modo si perde il "momento di attenzionalità" dato dal link.

Ecco la prova corrispondente

#### pag. ? esempio

- 4 B [Visualizzazione in monitor a diverse risoluzioni:](#)  
che cosa vuol dire?
- 27 R [Il testo giustificato \(bloccato a destra e a sinistra\) è più faticoso da leggere.](#)  
[Provate voi stessi con questi esempi on line.](#)
- 30 A [Come usare una combinazione di frames e tabelle, per rendere più facilmente stampabili le pagine?](#)
- 31 B Provatelo da soli: [cosa succede se si ingrandiscono molto i font nelle preferenze del browser?](#)
- 34 R La prova provata: [ecco cosa succede su Mac se voi impostate i CSS in punti.](#)
- 41 R [Perché dovete evitare il famigerato "clicca qui"](#)
- 49 A [Le sfumature "chiazze" dei JPG](#)  
... eccetera.





- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Problemi JPG su monitor a migliaia di colori

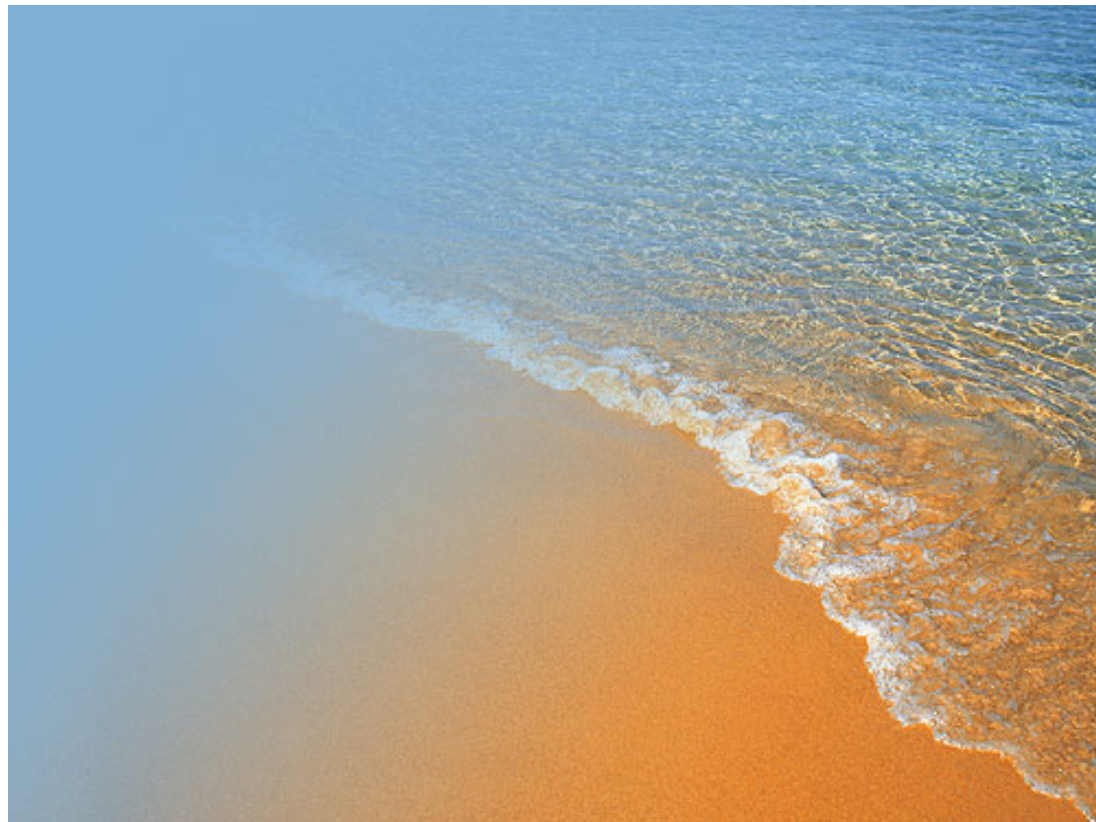
Non che succeda spesso: maluguratamente succede soprattutto in siti in cui si vuole ottenere un effetto particolarmente glamour attraverso l'uso di immagini molto "delicate", sfumate, in gradazione, o tono-su tono.

Ho preparato un esempio (con un trucco per essere sicura che funzioni). Se scorrete la pagina, vedrete la prima immagine in modo corretto e la seconda con antiestetiche chiazze. Queste non sono dovute ad una più elevata compressione, come si potrebbe ipotizzare: ho semplicemente fotografato l'immagine (nel browser) sul monitor settato a migliaia di colori.

La cosa singolare è che queste "chiazze" non vengono visualizzate sempre e da tutti i browser, ma solo in certe condizioni (quali? ah... saperlo ;-). Inoltre, se si apre con un tool grafico la stessa immagine (sempre sullo stesso computer e monitor a migliaia di colori) le chiazze scompaiono...

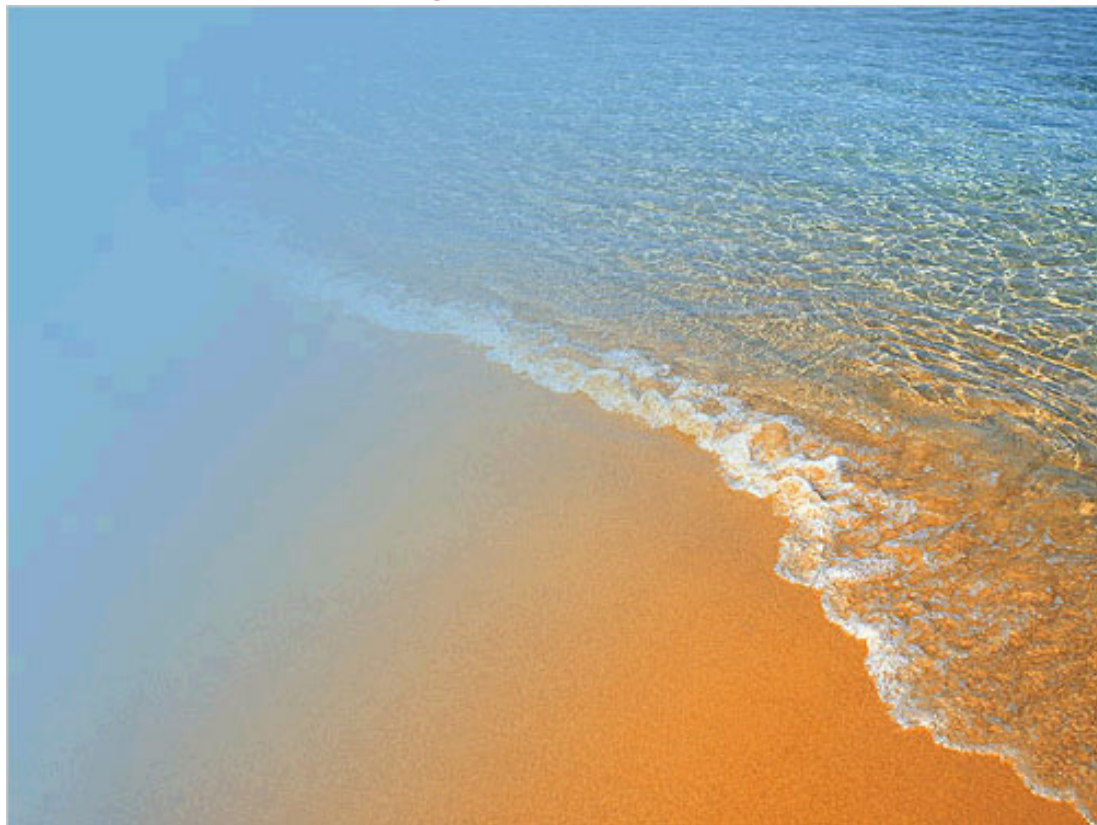
Questo non ha molta rilevanza, in realtà. Però se non lo sapete prima potete perderci intere giornate prima di capire dove sta il problema...

### Sfumatura a milioni di colori



Nota: se vedete anche questa prima immagine a chiazze: ebbene, il vostro monitor è a migliaia di colori, e probabilmente (ma non necessariamente) state usando Netscape...

**Visualizzazione "chiazzata" a migliaia di colori**





- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Meglio orizzontale che verticale...

Un gif a tinte piatte è sempre così leggero, che certamente non è il caso di scegliere una soluzione piuttosto che un'altra per risparmiare qualche centinaio di bytes.

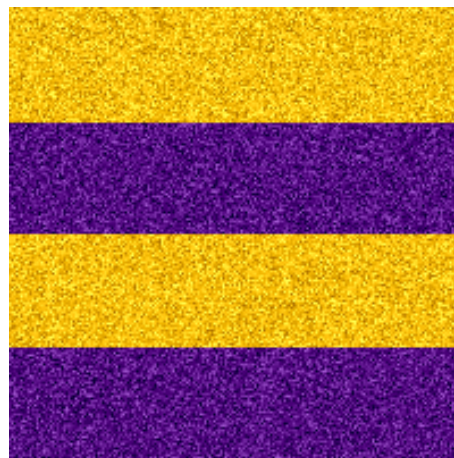
Però in un'immagine complessa, in cui si combinino diverse variabili, conoscere anche questo "trucco" può a volte essere utile.

Invece, è assolutamente indispensabile sapere che se si aggiunge un qualsiasi effetto di "materia" alle nostre tinte piatte, il prezzo che si deve pagare assomma a diverse decine di K.

Ecco spiegato perché la rete sta diventando sempre più "pulita", con righe contorni netti... non è solo una scelta estetica, ma una tecnica di "risparmio". Ora che usiamo molte immagini (per i rollover, ma non solo) avere pulsanti a tinte piatte è spesso l'unica soluzione possibile, per consentire all'utente di caricare le pagine ad una velocità accettabile.

**1 K****0,4 K****21,5 K**

La stessa immagine che pesava 400 bytes, diventa ben 21 K, aggiungendo un effetto "materico".





- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

<< [Tips](#)

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Il "mosaico" del JPEG

Il formato JPEG, lavora costruendo una sorta di "mosaico" sulla base del colore dominante in una certa zona, e riesce a riprodurre l'immagine descrivendo in modo matematico queste porzioni di "mosaico".

Quanto più la compressione è forte, tanto più il peso diminuisce, e -di pari passo- anche la qualità. Il "mosaico" mostra la corda e appaiono nell'immagine i caratteristici "quadrati" del JPEG, mentre le aree di passaggio da un colore all'altro, si "sporcano". In linea di massimo, quanto maggiore è il dettaglio dell'immagine, tanto minore deve essere la compressione, per salvaguardare la qualità.

Reggono molto meglio immagini sfocate (anche leggermente) con poco dettaglio, pochi contrasti, buona profondità di colore.

Nell'esempio qui riprodotto, si può vedere una bassa compressione (buona qualità), una forte compressione (qualità mediocre ma ancora accettabile) e per finire una compressione eccessiva, in cui tuttavia si notano molto bene i "quadrati" del JPEG.

**24 K**



**8,5 K**



L'immagine qui a destra è stata ottenuta con un vecchissimo tool grafico, a scopo dimostrativo. I programmi attualmente più diffusi non consentono compressioni così devastanti.

**2,9 K**







- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### I buoni e i cattivi ;-)

I gif animati possono essere utili (qualche volta) ma perlopiù sono un tormento, che peggiora usabilità e leggibilità, disturbando la visione periferica.

Nel caso banner pubblicitari, questo è il prezzo che dobbiamo pagare per avere accesso a siti informativi interessanti, in modo totalmente gratuito. Non piacevole, ma accettabile e comprensibile.

Meno accettabile nel caso di siti che sia fanno male da sé, inserendo inutili animazioni per "vivacizzare" la pagina. Spesso basterebbe non impostare nessun loop (o due o tre al massimo) per trarre vantaggio dalla capacità di attirare l'attenzione, data dal movimento, senza seccare oltremisura l'utente.

Mi scuso se questa pagina sarà il minimo dell'usabilità... con una sequenza di gif animati... ma non saprei altrimenti come mostrarveli ;-).

#### Buoni

##### **Pentiti**

<http://www.yoox.com/ita/garanzie/index.asp>

Non oso sperare che sia dovuto alla lettura di questo libro... mi sembra più probabile un empito di buon senso da parte del web designer... ma questo, che era il primo della lista del "cattivi", ora è passato tra i buoni. Si tratta di un gif animato usato come background di pagina: ora fa un movimento lento e poi si ferma: è gradevole. Prima aveva un movimento continuo che rendeva la lettura particolarmente difficile.

#### Nessun cattivo ;-)

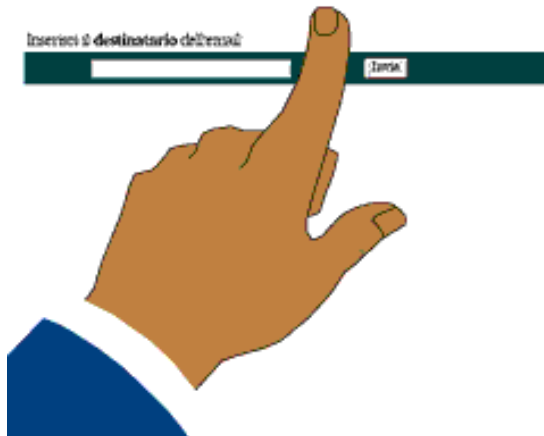
Non che non ce ne siano... la rete ne è piena, ma cercando degli esempi da linkare o da mostrare, mi sono accorta che nei pochi mesi intercorsi tra quando ho scritto il libro a quando questa pagina viene pubblicata, i gif animati sono stati sostituiti da flash (a volte più gradevoli, altre volte più insopportabili) in tutti i siti di una certa pretesa.

Non che i gif animati abbiano smesso di funestare pagine, marchi e siti, ma è un uso residuale, limitato a siti marginali, spesso fatti da ragazzi alle prime armi.

Non mi sembra giusto esporli qui al pubblico ludibrio... tutti abbiamo sbagliato, imparando, magari con la convinzione di fare qualcosa "di meglio"...

### Uso didascalico

Questo (non strepitoso) gif animato spiega, con sufficiente chiarezza, in un applicazione web raggiungibile da un device touch screen, come far apparire (e scomparire) una "tastiera" per la scrittura.



### Grande!

Fatto molto bene, dal bel sito (anche se ormai d'annata)

<http://www.freebord.com/>



Gli esempi verranno implementati sulla base degli "incontri" in rete ...



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"
  - [Elementi di variabilità](#)
  - [Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Usare Flash senza infastidire chi non ce l'ha

Finalmente anche Macromedia se ne è resa conto: gestire gli utenti privi di Flash, semplicemente "spedendoli" al sito Macromedia a "fare la spesa" per provvedersi dell'opportuno plug in, non è certo la soluzione ottimale per gestire la compatibilità.

Ora, in Flash5 (il programma di authoring, non il plug-in) esistono diverse opzioni, che possono risolvere diversi problemi.

Vi dò comunque qui due trucchi veloci per gestire la compatibilità sono essenzialmente due: una in Javascript ed una che utilizza flash stesso, in modo abbastanza astuto per fare un redirect. Questi servono soprattutto in siti statici, in cui flash è usato (come spesso succede) soprattutto nella home page.

Per siti complessi, che vedono presenze flash in ogni pagina, e magari sono generati dinamicamente, ovviamente è opportuno gestire la cosa diversamente.

#### Redirect Javascript

Nel file "compatibile" (quello col gif o altro di sostituzione) si inserisce questo semplice script:

```
<script language="JavaScript1.2"><!--
if ((navigator.appName == "Microsoft Internet Explorer"
&&
    navigator.appVersion.indexOf("Mac") == -1 &&
    navigator.appVersion.indexOf("3.1") == -1) ||
    (navigator.plugins && navigator.plugins["Shockwave
Flash" ] )
    || navigator.plugins["Shockwave Flash 3.0"]){
    window.location='flash.html' ;
}
// -->
</script>
```

In rosso il nome del file a cui fare il redirect.

Non chiedetemi conto di questo script: non sono un programmatore e non l'ho fatto io. L'ho trovato in rete -dopo lunghe ricerche e altrettanto lunghi test- e so (per esperienza) che funziona sempre.

Io uso praticamente solo Flash 3 (per motivi di diffusione). Per gestire le diverse release del plug in, trovo particolarmente astuto il trucco seguente.

### **Redirect Flash**

Si crea un file.swf (5 o 4) molto piccolo e leggero, con un solo frame che contiene un'action "go to url" (URL del file che richiede il plugin 5 o 4).

Si inserisce nella pagina, in alto, ridimensionandolo in html a 1x1 pixel.

A questo punto i casi sono due: o l'utente ha il plugin corretto e quindi viene portato automaticamente alla pagina che può vedere, oppure non ce l'ha, e resta nella pagina "compatibile".

Mi pare geniale (purtroppo non l'ho inventato io: ne sarei molto fiera ;-).



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Un baco Netscape meno conosciuto di altri

Finché non scoprite il perché potete impazzire cercando cosa avete sbagliato... qui al LAB ci abbiamo impiegato due giorni idi due persone prima di capirlo...

Succede solo in determinate condizioni, che in questa pagina non riesco a riprodurre, per cui ripiego su un gif (visibile quindi anche se state usando Explorer).

#### CSS Sample

Il CSS è riferito alla tag TD

questa è una  
tabella  
nidificata

Questo testo dovrebbe avere la stessa formattazione dei testi precedenti, ma Netscape non lo applica.

Cosa succede?

Se avete una tabella, dentro cui vi è un'altra tabella nidificata, e sotto questa tabella, nella stessa cella, avete del testo, il CSS applicato alla TD non funziona ed esce il carattere di default.

La cosa stravagante è che se inserite il tutto in un'ulteriore tabella (cioè nidificate due volte anziché una sola) tutto va a posto.

Il baco, cioè si rivela solo al primo livello di nidificazione.

I rimedi sono i più diversi, sulla base delle esigenze che avete.

Se il sito è mantenuto artigianalmente, forse la cosa più semplice è creare una class (.bug) identica a quella delle td ed applicarla (span class) al testo incriminato.

Personalmente preferisco creare un'altra TD in cui inserire il testo...



- [La questione dell'usabilità](#)

- [L'indice](#)

- [L'introduzione](#)

- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)

- [Quick link](#)

<< [Esempi "live"](#)

- [Fuori l'autore...](#)

<< [Tips](#)

Sofia Postai  
 Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
 direttamente da Hops.



## Come Explorer 5 "buca" i CSS

Questa è una bella notizia e insieme una notizia pessima.

Il lato pessimo della questione è che dopo aver finalmente trovato il modo per bloccare i dannati testi che fanno esplodere le tabelle (bloccateli in pixel, please, senno' in punti su Mac non si legge... grazie:-)... beh, scopriamo che con Explorer 5 per Mac c'è un simpatico tool di ingrandimento testo, che arriva fino al 300%.

Se siete con Explorer 5 per Mac, fate la prova su questa pagina: dal menu scegliete Visualizza --->Ingrandimento testo---> 300%.

Esplode tutto: ve lo assicuro.

Se volete vederlo, ma avete un altro hardware/software, potete aprire da qui una finestra con lo screenshot di questa stessa pagina ad [ingrandimento 200%](#) (ancora tiene... ma a 300% non tiene più nemmeno questa). Sono 45K di immagine.

### Il lato bello

Quando è uscito Explorer 5 per Mac la Microsoft ha annunciato di aver realizzato un browser estremamente avanzato, molto più innovativo di quelli per PC. Non amo particolarmente i prodotti Microsoft, ma devo dire che questo in effetti non è male. E presumo che molte delle innovazioni sperimentate su Mac verranno a breve trasmigrate anche nelle versioni per PC.

La possibilità di poter ingrandire il carattere anche a dismisura, ci rende finalmente liberi (o ci renderà a breve) dalla preoccupazione di usare caratteri troppo piccoli (e non ingrandibili da preferenze) penalizzando gli ipovedenti o chi semplicemente deve lavorare su un video ad altissima risoluzione.

Finalmente possiamo impostare i caratteri nel modo che riteniamo migliore per la grande maggioranza degli utenti, sapendo che la minoranza che ha bisogno di vedere i caratteri più grandi, può farlo molto agevolmente: si rovinerà il nostro magnifico lay out? Beh... sempre meglio che rovinare gli occhi dell'utente o non farsi leggere per nulla (come è più probabile).



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- << [Esempi "live"](#)
- [Fuori l'autore...](#)

&lt;&lt; Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### ...come impostare i CSS in modo compatibile

I CSS sono una brutta bestia e la diversità di visualizzazione in diverse generazioni di browser (oltre che in browser diversi) li rende praticamente inutilizzabili per quegli usi di raffinata typography che ci avevano tanto illuso nel 1998...

Comunque a qualcosa possono servire, cioè a risparmiare un bel po' di codice per definire "font size", "font face" e "font color".

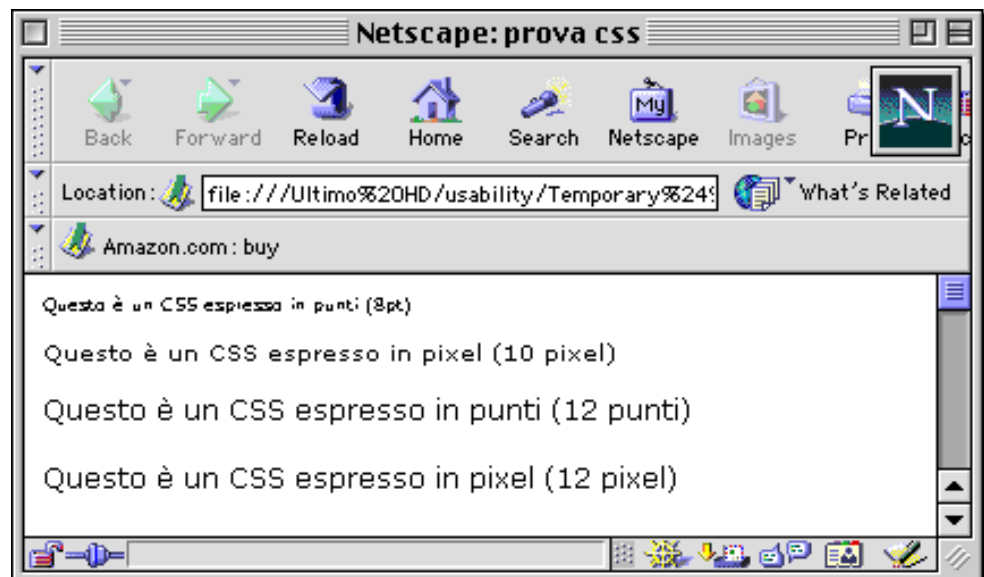
L'importante è usarli in modo compatibile: per il colore non ci sono problemi. Per la scelta del tipo di font, l'importante è scegliere quei (pochi) sicuramente presenti su tutte le piattaforme. I problemi nascono per le dimensioni.

Come abbiamo visto, i corpi espressi in punti danno diversi problemi su Mac (nelle versioni inferiori a 8pt) e, ad ogni modo, ripresentano la difformità dimensionale tra le diverse piattaforme, propria anche dei font size.

Poichè esiste la possibilità di esprimerli in pixel, tanto vale approfittarne.

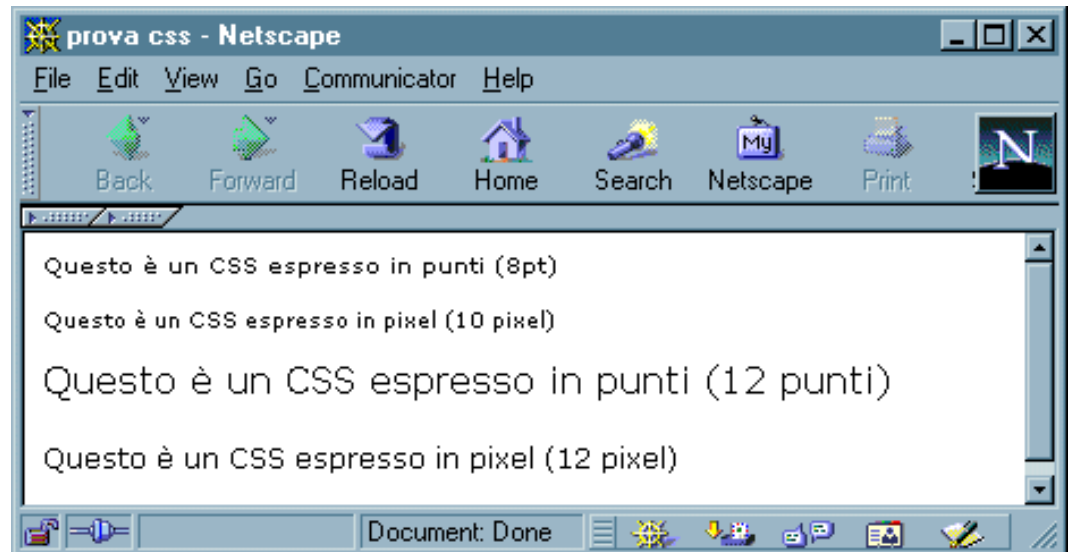
Nelle immagini, alcuni esempi su Mac e PC che rendono l'idea...

### CSS su Mac



Come vedete, gli 8pt sono proprio illeggibili (e se avete un PC non sapete quanti siti siano fatti così!). Se (per qualche motivo) volete mantenere l'impostazione in punti, usate come minimo un 10.

## CSS su PC (lo stesso file)



Come vedete le differenze dei CSS espressi in punti sono "drammatiche" mentre per i CSS in pixel c'è molta maggiore stabilità.

Molti altri esempi in

[http://developer.apple.com/internet/\\_fonts/fonts\\_gallery.html](http://developer.apple.com/internet/_fonts/fonts_gallery.html)

### **Consiglio ;-)**

Se normalmente lavorate su Mac, comprate Virtual PC ([Connectix](#)): ve la cavate con meno di 400.000 lire e potete testare tutti i vostri files senza cambiare computer, lavorando molto comodamente.

Se avete un PC (e nemmeno un Mac nei dintorni), fidatevi e usate sempre CSS in pixel (o non inferiori ai 10pt).

up 



- [La questione dell'usabilità](#)
- [L'indice](#)
- [L'introduzione](#)
- Due "assaggi"  
[Elementi di variabilità](#)  
[Multimedialità](#)
- [Quick link](#)
- [Esempi "live"](#)

Fuori l'autore...

<< Tips

Sofia Postai  
Siti che funzionano



Acquista il libro on line,  
direttamente da Hops.



### Sofia Postai



Non mi piace molto parlare di me, non per modestia, ma perché non ho nulla di interessante da dire. A parte le mie due figlie non ho fatto niente di straordinario nella mia vita: ho sempre lavorato troppo per potermelo permettere ;-)

Una volta un amico mi ha scritto un'esilarante biografia di sua invenzione, che ho recitato tra gli applausi degli astanti ad un'intervista ad una TV privata, che voleva a tutti i costi il parere di una casalinga...

Purtroppo l'ho persa, e anche se così non fosse, temo le ire del mio editore (che è un ragazzo molto bravo e simpatico, ma di pessimo carattere).

Al dunque: ho lavorato a lungo nell'advertising e nella comunicazione. Ho pubblicato il mio primo sito nel 1996 e progettato l'interfaccia del primo sistema di e-vote europeo.

Sul retro di copertina del libro c'è scritto che attualmente sono "uno dei web designer più conosciuti della comunità internet italiana".

Il mio "[Vocabola lab](#)" (vocabola è stato il mio primo nick) ha sede a Venezia, dove vivo, e clienti in tutta Italia.