

Facciamoci scegliere...

WEB DESIGNERS...come ci distingueremo dai dilettanti ora che tutti possono produrre web (anche i miei gattini!?). Offrire *soluzioni eleganti* potrebbe uno dei motivi per cui i clienti scelgono noi, ma a proposito di scegliere... Elegante deriva dal verbo latino 'eligere' che significa scegliere, per cui le soluzioni grafiche eleganti altro non sono che scelte pensate, ragionate e studiate a tavolino con esperienza e non necessitano di tempi molto più lunghi delle soluzioni 'buttate lì'. Arrivo al webdesign direttamente dalla grafica pubblicitaria e dal desktop publishing e come tutti i grafici, leggo periodici di grafica e design, (mi piace soprattutto *Archive*) mi interessa di colore e percezione visiva e di calligrafia e lettering e crescendo divento ogni giorno più convinta che in internet si vedano ancora moltissimi 'orrori'.

WEB E' SCEGLIERE. Mentre navighiamo siamo costretti ad operare una grande quantità di scelte veloci per decidere che strada prendere nel nostro viaggio, se stiamo cercando qualcosa eviteremo tutto ciò che ci pare confuso e fuorviante per raggiungere il nostro obiettivo. Perché un sito venga visitato bisogna che l'utente lo scelga e venga attratto o dall'interfaccia o dai contenuti oppure da quel 'quid' che lo rende diverso dagli altri. *Ogni sito* ci mette di fronte una grande quantità di interrogativi su come usarlo ed ogni interfaccia è un modo diverso di vedere le cose. Mentre alcuni di noi navigano per piacere, altri navigano per raccogliere e cercare dati, o per comprare ed essi vedranno la maggior parte delle interfacce come un ostacolo, una perdita di tempo. Se prendiamo un giornale noi sappiamo subito che ha una copertina, in retro, un sommario..ma cosa può dire un utente che entra nel nostro sito la prima volta? ci sono 2 pagine o 2000? da dove si esce? Chi crea l'interfaccia deve conoscere le regole estetiche e strutturali che renderanno il sito intuitivo e facile da usare e queste sono le associazioni di idee e le simbologie più elementari.

IL NOSTRO COMPITO E' DI COSTRUIRE UN AMBIENTE INTERESSANTE e comodo in modo che l'utente non provi imbarazzo o disagio e non scappi via (dunque non solo una bella 'maschera'), dobbiamo sapere sia quello che si può fare con la grafica che un po' in generale quello che è possibile fare col codice. Saranno queste le conoscenze che ci aiuteranno a sapere *quali tecniche usare* per comunicare determinati concetti ad un determinato target. Fare webdesign è molto più di un esercizio estetico, è dare forma dinamica alle informazioni. Proprio il fatto che negli ultimi anni l'utente da *passivo sia diventato attivo* e interagisca volentieri, deve farci stare ancor più attenti all'interfaccia e ai sistemi di navigazione, infatti questo significa che ora l'utente ha *sotto controllo* il tipo la quantità e la qualità delle informazioni che riceve e quando e se le vuole ricevere. All'inizio il web era destinato ai tecnici ed era uno strumento per pochi, le strutture intuitive e facili da usare erano solo un sogno e la tecnologia impediva ai molti non esperti di accedere ai vantaggi della rete. Un webdesigner deve *rendere la tecnologia invisibile*, nascondere la dietro all'interfaccia grafica in maniera che tutti, anche i non esperti ne possano usufruire. L'utente non interagisce con il codice ma con l'interfaccia grafica che 'filtra' la complessità della tecnologia.

CURIAMO PER ESEMPIO I CONTENUTI! L'interfaccia non è la sola cosa importante, i contenuti sono altrettanto apprezzati per la loro ricchezza originalità ed espressività e spesso imprevedibilità. L'interfaccia ospita i contenuti ed insieme ad essi crea l'ambiente, quella dell'utente non deve essere solo una interazione ma *una bella esperienza*. La struttura influenza l'esperienza dell'osservatore, lo sguardo verrà guidato attraverso il percorso che è stato appositamente costruito per lui. Una struttura *solida e ben costruita* (soprattutto coerente in tutti i suoi elementi) realizzerà bene gli obiettivi della comunicazione. Per organizzare l'interfaccia il designer deve cominciare a classificare le informazioni a raggrupparle e stabilire gerarchie in base all'importanza. Il risultato è che l'utente farà molto presto a *trovare i contenuti* e sarà *soddisfatto*. L'abilità del webdesigner deve essere quella di creare delle aree diverse all'interno della struttura e differenziare i menù dalle aree di testo usando per esempio allineamenti o spazi pieni e vuoti per dirigere l'attenzione dell'osservatore in una zona piuttosto che in un'altra.

A PROPOSITO DEGLI SPAZI VUOTI, bisogna dire che sono parecchio odiati dal cliente, che fa di tutto per farci utilizzare ogni singolo pixel di spazio riempiendolo di dati. Moltissime homepages sono straripanti di dati, questo forza gli sviluppatori a trovare sempre migliori soluzioni di Html per costruire layouts sempre più complessi ma non tutti purtroppo hanno l'abitudine di aggiornare sempre il loro browser all'ultima versione, e tanto meno i clienti. La pagina risulterà così *confusa e sottosopra* e l'effetto sarà esattamente l'opposto di quello desiderato e forse l'utente lascerà il sito spaventato dalla incomprensibile confusione. Lo *spazio vuoto* invece deve essere usato per una migliore organizzazione dei dati, ha il ruolo fondamentale di guidare l'attenzione verso le zone dove sono contenuti dati importanti, così tutta la struttura ha un senso. Senza spazi vuoti non è assolutamente possibile creare un'interfaccia accessibile e proprio questa abitudine può semplificare la struttura e rendere il *sito intuitivo ed efficace*.

ALTRO DISASTRO! negli ultimi anni gli strumenti di authoring si sono così semplificati e diffusi (basti pensare a Pagemill che so usare persino io!?) da portare la produzione di websites alla portata di tutti. Questo è molto simile a quello che è successo alle applicazioni di DTP, quando gli strumenti di produzione sono messi nelle mani di persone senza talento, esperienza e pratica, ecco che succede il disastro. Nel caso del DTP è successo che i

professionisti e le agenzie di comunicazione hanno perso parte del mercato perché i clienti tentavano di *arrangiarsi internamente* e l' unica arma contro questo fenomeno é stata la nostra affidabilità ed esperienza. Questo succede ora anche nella produzione di websites, la possibilità di pubblicare su web é realmente nelle mani di tutti ma questo rischia di compromettere la qualità e il valore del web stesso. Come ho già detto la soluzione é una sola, offrire di più: più qualità, più conoscenza, più professionalità. Migliorando sempre la qualità del nostro lavoro non solo ci assicuriamo una fascia di mercato ma *alziamo* il livello complessivo della qualità del web.

© Tutto il materiale contenuto in questo file, in qualunque forma espresso, è protetto dalle leggi sul diritto d'autore.