

Usabilità: un'introduzione breve.

Marco Deseri

Un sito che non funziona crea due generi di problemi: danneggia l'immagine di chi rappresenta e costituisce un costo ingiustificato. Questa introduzione all'usabilità parte dal senso comune per cogliere la dimensione del problema, inquadrandolo da una giusta distanza. È il passo fondamentale, quello che precede e giustifica l'analisi vera e propria.

Perché occuparsi di usabilità?

Il problema dell'usabilità sul web emerge di recente, nel passaggio da una fase pioneristica ad una di relativa maturità. L'attenzione si sposta dalle caratteristiche del mezzo alle aspettative dell'utente.

Si afferma la consapevolezza che il web è una risorsa preziosa, ma spesso difficile da consultare. Risulta evidente che la difficoltà d'uso del web ha poco a che fare con la tecnologia e molto con la progettazione. Infatti, la maggior parte dei siti web non sono abbastanza curati per interagire efficacemente con i propri visitatori.

Questa trascuratezza genera una lunga serie di problemi, che possono essere riassunti in due problemi macroscopici:

•

Problema di comunicazione. Un sito comunica a chi lo visita molto più delle informazioni che contiene: parla dell'atteggiamento, dell'affidabilità, della serietà di colui che rappresenta. Ne mette in gioco l'immagine. Se è mal realizzato è deleterio, e questo non è ammissibile, soprattutto in ambito aziendale.

•

Problema economico. Realizzare un sito web ha un costo. Se i visitatori non trovano ciò che cercano perché lo spazio informativo è mal organizzato, lo cercheranno altrove: la concorrenza non manca. Cambiare strada è questione di pochi secondi, senza imbarazzo né costi aggiuntivi. Se il sito non è in grado di trattenere i propri visitatori, l'investimento sostenuto per realizzarlo non è giustificabile, è semplicemente uno spreco di denaro.

La metafora dell'ospite

Perché un sito funzioni, deve fornire informazioni esaustive e facilmente reperibili. Non solo, le informazioni devono essere inserite in un contesto esteticamente gradevole, all'interno del quale il visitatore si senta a proprio agio. Questa è la chiave: il visitatore va trattato come un ospite, con una buona dose di cortesia.

La metafora dell'ospite¹ centra molte delle questioni sull'usabilità: ci sono regole di cortesia da rispettare, e violarle implica conseguenze reali sull'interazione. Quando succede nella vita reale si crea una situazione imbarazzante; su internet, dove questo genere di imbarazzo non esiste, basta un clic per andare altrove.

Esempi

Sul tema del paragone tra visitatore e ospite si possono fare degli esempi, tanto per rendere l'idea:

- se il vostro ospite ha disabilità motorie, lo aiutate a superare le difficoltà causate da barriere architettoniche. Per questo, dovrete sentirvi in dovere di costruire un sito accessibile anche da chi soffre di disabilità motorie, cognitive e visive.
- quando l'ospite si presenta alla porta, lo accogliete in casa e gli chiedete come sta, secondo un rituale consolidato. Non lo lasciate ad aspettare per dieci minuti. Analogamente, sul web, non dovrete presentarvi con un lungo filmato in flash, se nessuno ve lo chiede.
- se l'invito è per cena, avrete sicuramente preparato qualcosa da mangiare e probabilmente lo avrete fatto con grande impegno. La cura con cui preparate la cena parla di voi. Soprattutto, non vi sognereste mai di prometterla e poi non prepararla. Su un sito commerciale, le informazioni sui prodotti devono essere chiare e dettagliate: se sono imprecise e mal scritte difficilmente il prodotto apparirà interessante. Inoltre, se il sito vuole stimolare le vendite, il prezzo non può mancare, ometterlo è come servire solo metà della cena.
- se mentre conversate raccontate cose non vere, mettete gravemente a rischio la vostra credibilità. Le informazioni che fornite nel vostro sito devono essere rigorose e attendibili, scritte in modo chiaro e con un linguaggio comprensibile per la vostra tipologia di visitatori.

Come muoversi

In quest'ottica, si possono individuare i principi guida per la realizzazione di un sito usabile nel senso comune. Tradurli in accorgimenti tecnici è una faccenda più complicata, e lo sarà fintanto che l'interazione sul web non si consoliderà in un chiaro set di aspettative e consuetudini.

Per il momento, si possono individuare le aree su cui occorre lavorare: l'organizzazione delle informazioni, l'interfaccia di navigazione, i contenuti e l'aspetto grafico. L'attenzione dedicata a questi elementi è uno specchio dell'attenzione che scegliete di dedicare ai vostri visitatori.

Bibliografia

Approfondimenti sul web

Molte risorse sull'usabilità

Libri sull'argomento

2001 Sofia Postai,

Note

1. Sofia Postai nel suo *Siti che funzionano* usa questa metafora per spiegare la necessità di fornire un ambiente cordiale.