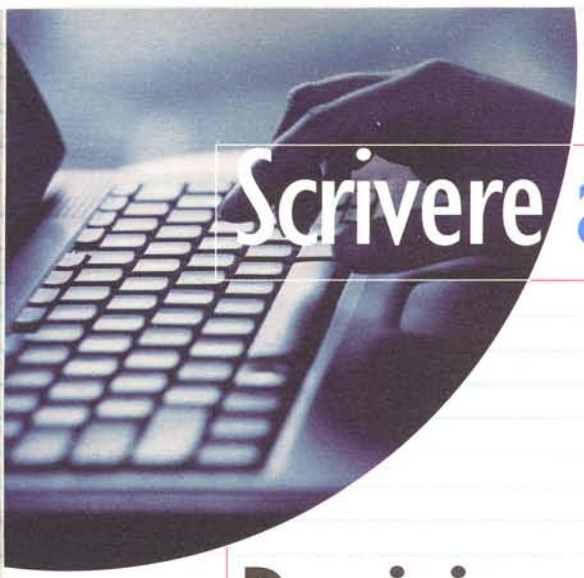


Revisione di un sito

di Luisa Carrada

Il sito Internet è ormai uno strumento fondamentale non solo per le grandi aziende, ma per chiunque abbia un'attività da presentare al mondo (un pittore, un maestro di yoga, una impresa familiare). E se le grandi aziende hanno tra i loro impiegati anche degli esperti di web writing, noi piccoli dobbiamo fare tutto da soli: certo anche noi ci affideremo a un professionista per la parte tecnica, ma dovremo pur sapere che cosa chiedere a questo esperto; quando ci mostrerà il lavoro fatto, chiedendoci di controllare se va bene, dovremo sapere che cosa controllare! Per fortuna ci viene in soccorso Luisa Carrada.

L'autrice

Luisa Carrada
Dal 1999 è su Internet con www.mestierediscrivere.it e dal 2003 ha anche un blog: www.mestierediscrivere.splinder.com.

Precisione, correttezza, chiarezza

"Andiamo online, tanto poi correggiamo" è una delle frasi più pericolose per la qualità e il futuro di un sito. Chissà quante volte l'hai sentita anche tu. Non cadere nel tranello della semplicità e dell'immediatezza della pubblicazione. In termini di attenzione, precisione, tempo e pignoleria, il sito Internet della tua azienda, amministrazione, negozio o studio di consulenza non merita niente di meno di una patinata e costosissima brochure che deve andare in tipografia.

Ti dico subito perché. L'errore o il refuso sulla stampa è per sempre, quello su un sito no. Vero. Ma è altrettanto vero che sul web lo stesso refuso o una "pagina non trovata" vengono subito percepiti come carenza del servizio e mancanza di attenzione e rispetto per il cliente.

Sulla carta il refuso è un "errore di stampa". Sul web, su una lettera saltata in un titolo un'azienda si gioca la cosa più preziosa che ha: la credibilità. "Se non hanno tempo e occhi per il testo, li avranno per il servizio online per il quale pago, o per il quesito che ho appena posto?" si chiede subito il potenziale cliente.
Il sito non è la brochure del tuo business, "è" il tuo business. È come se al commesso del negozio di scarpe avessi chiesto il numero 35 e lui ti portasse invece il 40.

Il tagliando della macchina testuale

Per fare una buona revisione di un sito, ti servono tutte le tradizionali attenzioni e competenze della correzione di bozze, più parecchie altre cose.
Se sulla carta resti sempre su due dimensioni, sul web devi aggiungere la profondità e la relazione tra le pagine. L'ipertesto è una macchina testuale che deve funzionare.
Per questo, ho ordinato per te tutti i passi in forma di checklist, come il tagliando della macchina, da usare ogni volta che devi fare una revisione.

Il testo

Prima di cominciare, stampa le pagine: sullo schermo leggere è più faticoso, quindi anche correggere.

Posso ancora tagliare qualcosa?

Senza farti ossessionare dalla brevità, pensa se puoi ancora tagliare qualcosa, soprattutto in siti di informazioni e servizi ai cittadini o ai clienti, che sono arrivati fin lì con un obiettivo preciso.
Ci sono parole di troppo, ripetizioni fastidiose, premesse inutili, nominalizzazioni che possono essere sostituite da un verbo (effettuare l'acquisto = acquistare), aggettivi banali (efficiente ed efficace, attento e tempestivo)? Mano alle forbici.

C'è tutto?

Il testo di una pagina web lo importiamo dal word processor, magari a pezzi: fai attenzione a non aver incollato dei periodi due volte o che, al contrario, non ne manchino alcuni. Per questo controllo, non focalizzarti tanto sulle parole, quanto sul senso. Immagina di essere il lettore: hai capito? È tutto chiaro? Al primo dubbio, fermati e approfondisci.

Come "suona"?

Anche per i testi del web vale la massima "non c'è miglior editor del tuo orecchio". Leggi tutto ad alta voce: pensa che lo scrittore cileno Luis Sepúlveda fa così la revisione dei suoi romanzi. E li registra anche, per poi riascoltarli più volte.
Ti accorgerai subito se il testo ha un buon ritmo: se arrivi alla fine dei periodi col fiato corto, riesamina la sintassi e opta per frasi più brevi, o per

un'alternanza armoniosa di frasi brevi e frasi lunghe. Magari il problema è nell'ordine delle parole all'interno di una frase: sposta, finché il suono non ti soddisfa.

Pensa che **sul web quasi sempre il testo è impaginato in colonne più strette rispetto alla carta. Anche per questo non possiamo permetterci una sintassi troppo arzigogolata**: l'occhio deve fare avanti e indietro molte volte prima di arrivare alla fine della frase. Vediamo di aiutarlo.

Le frasi devono essere agili e brevi; le parole devono incatenarsi in modo musicale.

Ci sono refusi?

Qui ti devi focalizzare sulle singole parole, cercando di dimenticare senso e contesto, che te le farebbero inevitabilmente saltare. La nostra mente butta un occhio alle parole, poi tira a indovinare.

Forse conosci anche tu il famoso giochetto:

If U Cn Rd Ths, U Cn Mk Bg Mny

A prima vista, anche senza vocali, tutti ci leggono

If you can read this, you can make big money.

Se poi l'autore del testo sei tu, allora "massima allerta".

Tutti i metodi più classici di correzione di bozze sono buoni: righello per isolare le singole righe, lettura "a ritroso", sillabazione mentre si legge, pennarelli colorati a punta fina per prendere nota dei diversi tipi di errori.

Occhio alle "minuzie"

La scrittura e la lettura sullo schermo fanno brutti scherzi.

Fai attenzione a tutti i piccoli segni: agli zeri e alle O, agli 1 e alle "elle", che spesso si confondono, alle virgolette e agli apostrofi.

La pagina

Ora torna allo schermo: è arrivato il momento di guardare alla pagina nel suo complesso. Quello che conta è il "colpo d'occhio", responsabile della famosa e fondamentale prima impressione.

È una pagina che respira?

Lo spazio vuoto non è vuoto, ma serve per far risaltare il contenuto, per far "circolare l'aria" tra il testo e le immagini. Quel prezioso spazio così costoso sulla carta, sul web è gratis, quindi usalo.

Controlla che ci sia spazio intorno alle colonne di testo e tra un capoverso e l'altro.

Al tempo stesso fai attenzione alle relazioni spaziali tra testo, immagini e didascalie. Cosa si riferisce a cosa deve essere chiarissimo.

La segnaletica funziona?

Ogni pagina web è prima di tutto una mappa visiva in cui il lettore cerca di capire subito con gli occhi se c'è qualcosa che gli interessa. In questa mappa ci sono dei segnali che gli danno indicazioni importanti sui contenuti, e soprattutto:

- titoli
- sottotitoli
- parole chiave in grassetto all'interno del testo
- testo dei link.

Fai un test semplicissimo: se nella pagina lasci unicamente questi segnali e togli tutto il resto, si capisce comunque a prima vista qual è il contenuto?

Il testo nella grafica è corretto?
Quando il testo è inserito all'interno di elementi grafici (barra di navigazione, pulsanti, immagini), c'è il rischio che tutta l'attenzione vada alle forme e ai colori. Il pulsante *Scrivici* sarà bellissimo, purché non ci sia scritto *Scrvici*. Stessa attenzione per il testo di grafici e tabelle.

Sotto la superficie

Tutto quello che non appare a prima vista, ma è indispensabile per la qualità di un sito.

I link funzionano?
I testi dei link sono fondamentali, perché devono convincere il lettore a cliccare, oltre a essere uno dei famosi "segnali" sul contenuto: per questo bandisci tutti i "clicca qui", che non dicono nulla, a favore di brevi testi "parlanti" (Leggi la newsletter, Scopri i servizi online, L'editing in pillole).

I testi cosa dicono?
Poche cose sono frustranti sul web quanto "la pagina non trovata". Controlla quindi che tutti i link funzionino e portino a destinazione.

Fondamentali rifiniture

Il "pelo nell'uovo" che fa anche di un piccolo sito un grande sito.

Hai controllato le fonti?
Scopiazzare pezzi di testo di qua e di là, integrarli nei nostri in buona fede, parafrasare, citare testualmente: tutte operazioni che fanno parte della scrittura online. Accertati di aver rielaborato anche le idee altrui in modo originale, ma ricorda che citare l'autore cui ti sei ispirato non ti toglie nulla, anzi ti fa onore e testimonia che ti sei ben documentato. Quindi cita con precisione, tra virgolette, e linka il sito di riferimento. È il modo migliore per ringraziare. Non riprodurre invece intere pagine senza aver chiesto il permesso.

Sciogli gli acronimi, sciogli ogni dubbio e aggiorna
La regola tradizionale "sciogli l'acronimo solo la prima volta" sul web non ha senso: anche una singola pagina si legge a salti. Quindi gli acronimi vanno sciolti sempre, come ogni tuo minimo dubbio. Non dimenticare mai la data dell'ultimo aggiornamento: indispensabile per te per tenere in ordine il tuo sito e per l'utente per cogliere la freschezza dei contenuti.

Lo scaffale degli strumenti

Tips

☞ Sul web un refuso o una "pagina non trovata" vengono subito percepiti come carenza del servizio e mancanza di attenzione e rispetto per il cliente. Per questo è indispensabile un'attenta revisione del sito prima di metterlo online.

☞ Per fare una buona revisione di un sito, servono tutte le tradizionali attenzioni e competenze della correzione di bozze, più altre legate al fatto che un sito è un testo "tridimensionale" che, grazie ai link, si muove anche in profondità.

☞ Revisionare un sito è come fare il tagliando a una macchina. Si devono seguire dei passi precisi, secondo una checklist di questo tipo:

1. Il testo:
   - c'è qualcosa che posso tagliare?
   - c'è qualcosa che manca?
   - le frasi scorrono in modo leggibile?
   - ci sono refusi?
2. La pagina:
   - respira?
   - ha una buona "segnaletica"?
   - i testi inseriti nella grafica sono corretti?
3. Sotto la superficie:
   - i link funzionano?
   - i testi dei link sono efficaci?
4. Rifiniture:
   - le fonti sono indicate e citate opportunamente?
   - ci sono acronimi di difficile comprensione?

Strumenti del mestiere

Un testo utilissimo, purtroppo solo per chi legge l'inglese: Jakob Nielsen, *Web Pages Must Live Forever* ("Le pagine web devono vivere per sempre"). L'autore, considerato il guru dell'usabilità, spiega il suo concetto di *content gardening*: curare il sito come fosse un'aiuola. Lo trovi al seguente indirizzo: www.useit.com/alertbox/981129.html

Assist

Non perdere di vista i testi "nascosti"

Sono i testi che il redattore inserisce nel codice html della pagina. Invisibili, ma indispensabili per rendere visibile tutto il resto. Sono anche i testi nascosti che aiutano le tue pagine a essere indicizzate e ben presentate sui motori di ricerca. Ecco quelle che non puoi trascurare:

- il *page title*, il testo che appare ai lettori come titolo sia nei risultati di Google sia quando vorranno mettere la pagina tra i segnalibri
- il *tag description*, la breve descrizione della pagina che su Google presenta il sito con le tue parole
- il *tag keywords*, sempre meno importante per i motori, ma perché rinunciare a scrivere le parole chiave?
- l'*alt tag*, la descrizione dell'immagine, utile per tutti, ma indispensabile per i non vedenti.

1. Il tagliando ai siti

Per chi di voi stesse lavorando all'elaborazione del proprio sito Internet, l'esercizio è scontato: provate a verificarne la bontà seguendo la checklist proposta da Luisa Carrada.

Vai al sito

Per chi non si trova in questa situazione, può essere interessante testare, secondo gli stessi parametri, siti già esistenti.

Proprio perché creare e mettere online un sito è ormai un'operazione piuttosto semplice dal punto di vista tecnico e decisamente poco costosa in termini economici, la rete brulica di siti messi insieme in maniera artigianale. Quindi il fatto di essere online non è affatto indice di buona qualità: sottoponili allora al nostro tagliando, e non risparmiare nemmeno siti di aziende prestigiose, che, per il solo fatto di essere tecnicamente all'avanguardia, non è detto che soddisfino i criteri di efficacia comunicativa e navigabilità.

A. DEL.ICIO.US, uno strumento prezioso

Pressoché tutti gli strumenti che possono esserti utili mentre scrivi o revisioni un sito Internet (o una qualunque altra cosa, per la verità!) sono presenti sulla rete stessa. Ci riferiamo a **motori di ricerca, dizionari (lingue, etimologico, acronimi, specialistici), glossari, enciclopedie ecc.**

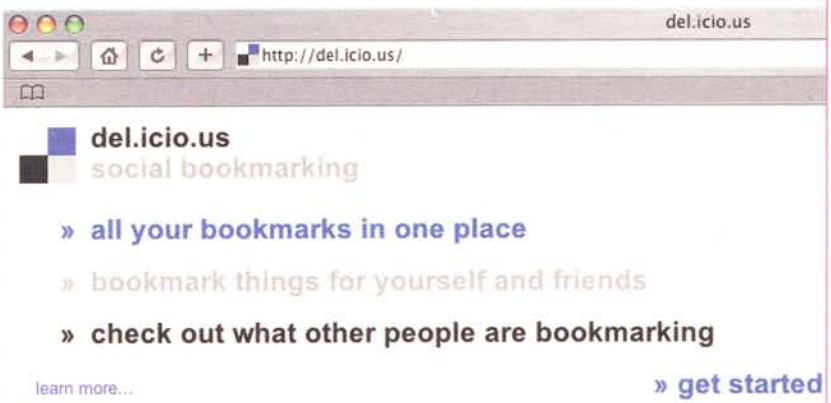
Di ognuno di questi strumenti la rete offre diverse varianti e, in breve tempo, ti accorgerai che con alcune di esse ti trovi meglio e con altre peggio (non è questione di maggiore o minore qualità, ma di offerte che si adattano meglio o peggio alle tue esigenze e ai tuoi schemi mentali). Per questo **potrebbe essere una buona idea raccogliere i tuoi strumenti preferiti in una sorta di "cassetta degli attrezzi" virtuale.**

Un modo per far questo è sicuramente utilizzare la voce di menu "preferiti", presente in qualsiasi browser di navigazione.

Aggiungere un sito (o una specifica pagina di un sito) ai tuoi preferiti e associare a esso un nome facilmente riconoscibile ti consente di accedervi di nuovo con un semplice clic, senza dover ricordare a memoria l'indirizzo del sito e senza ripetere il percorso di ricerca fatto la prima volta. Per di più hai la possibilità di creare una cartella (appunto, la "cassetta degli attrezzi" di cui parlavamo poco fa) nella quale raggruppare tutti i siti utili per la rapida revisione di un testo o, eventualmente di un intero sito in costruzione.

Un altro modo, altrettanto efficace e probabilmente più veloce, è imparare a utilizzare il sito di *social bookmarking* **www.del.icio.us.com.**

Non te lo spieghiamo qui nel dettaglio, perché è più semplice visitarlo e farsi guidare dal loro tutorial. Ma, per farla breve, possiamo dire che del.icio.us fa la stessa cosa del tasto "preferiti" di cui sopra, solo che ti consente di avere online questa banca dati dei siti che usi più spesso. Con un doppio vantaggio: da una parte ti basterà essere registrato al sito e potrai accedere alla tua "cassetta degli attrezzi" da qualsiasi computer, in qualsiasi parte del mondo; dall'altra potrai usufruire anche delle cassette degli attrezzi altrui. Ovvero, se più di diecimila persone hanno deciso di appuntarsi, nella propria pagina personale di del.icio.us, un certo dizionario dei sinonimi online, vorrà dire che quel dizionario è ben fatto e potrebbe essere utile anche a te.



Home page del sito **www.del.icio.us.com**, una raccolta selezionata e ordinata di siti personali e di altri, a cui accedere da qualunque computer e da qualunque luogo.

B. Il manuale di stile

Fra gli strumenti che abbiamo enumerato prima, parlando della "cassetta degli attrezzi" virtuale, ne abbiamo omesso uno, importantissimo: il manuale di stile.
Che cos'è? È una raccolta ordinata di appunti sulle caratteristiche generali di stile utilizzate per il nostro sito:

- lunghezze minime e massime per diversi tipi di testi e di titolazioni
- regole per la redazione di liste puntate e numerate
- regole per l'inserimento dei link e la redazione del testo
- maiuscole e minuscole
- stili del carattere (corsivi, grassetti, maiuscoletti)
- parole straniere
- didascalie delle immagini
- regole e stringhe di testo per i metadati
- terminologia preferita ("cosa intendiamo per")
- parole da non usare mai.

E così via.

Compilare il manuale di stile del sito è già un ottimo esercizio per riflettere sul nostro lavoro mentre lo realizziamo, ma rivela tutta la propria utilità soprattutto quando siamo in fase di revisione e aggiornamento.

Il manuale può essere di poche pagine nel caso di un sito personale, o un documento molto più articolato e corposo quando il sito diventa più grande e si affidano testi e pagine anche ad altri collaboratori, interni o esterni.
In questo caso diventa la "bibbia" della redazione online.
All'inizio non ci si pensa, ma prendere appunti da subito sulle regole e gli standard testuali, visivi e di navigazione è un minimo investimento di tempo e di energie che tornerà molto utile in futuro.