

Cap. I- La comunicazione e il marketing

Aspetti psicologici e gestionali

Molte organizzazioni si sono giovate dei modelli teorici sviluppati da Paul Watzlawick e dagli psicologi della “Scuola di Palo Alto”¹; si tratta di considerazioni psicologiche nate intorno alla metà degli anni sessanta, capaci di migliorare le capacità comunicative nel campo delle imprese produttive, aziende di servizi, organismi pubblici e così via. In particolare i cinque assiomi della comunicazione sono fondamentali presupposti per comprendere le problematiche gestionali:

1- non è possibile evitare la comunicazione in una situazione interattiva; ogni comportamento, anche inattività o silenzio, ha valore di messaggio.

2- ogni comunicazione presenta un aspetto contenutistico e uno relazionale, quest'ultimo classifica il primo ed è quindi metacomunicazione; ciò significa che un dato può essere espresso in modo diverso, agendo sugli aspetti verbali, oppure non verbali (tono della voce, sorriso ecc.), questo incide sul ricevente, il quale accoglie il messaggio in modo diverso secondo i segnali rilevati; riflettere su questo argomento permette un approccio pertinente alle relazioni che s'instaurano tra soggetti.

3- le caratteristiche di una relazione dipendono dalla punteggiatura della sequenza di comunicazione tra i comunicanti; in termini più semplici vuol dire che i soggetti comunicanti delineano ed interpretano diversamente gli atti che compongono la comunicazione, per questo sorge un conflitto tra punti di vista; per esempio il bibliotecario segnala degli errori nella compilazione della richiesta di consultazione, giustificando con questo il ritardo della consegna, l'utente ribatte invece che il modulo è incomprensibile, ed addebita alla biblioteca la responsabilità del disservizio.

¹Michele ROSCO e Giovanni DI DOMENICO “Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi”, Milano, Bibliografica, 1998 (copyright).

4- gli uomini usano sia il modello numerico sia quello analogico per comunicare; questi non vanno però identificati come due canali alternativi ma come complementari, infatti la comunicazione numerica, vale a dire verbale, è inserita in un contesto relazionale associata alla comunicazione analogica, vale a dire non verbale (gesti, espressioni del viso, disegni ecc.).

5- gli scambi di comunicazione si dividono in simmetrici e complementari, i primi si basano sull'uguaglianza, i secondi sulla differenza; nel primo caso i due partner tendono a minimizzare le differenze, nel secondo caso invece un partner assume un ruolo preminente, e l'altro un ruolo subordinato.

Oltre agli aspetti puramente psicologici la comunicazione assume, all'interno di un'organizzazione, anche un valore gestionale. La finalità della biblioteca è di porsi come mediatrice tra raccolte di documenti e bisogni informativi degli utenti, in questa prospettiva le attività di marketing risultano fondamentali per una gestione attenta all'ideazione e alla realizzazione di servizi che soddisfano l'utente; detto in altri termini si tratta di porre attenzione alle necessità, alle caratteristiche, alle attese utenziali per poter poi realizzare servizi mirati. Preliminare all'attività di management, o gestione consapevole, è la raccolta d'informazioni utilizzabili, pertinenti, aggiornate e veritiere, capaci di definire le caratteristiche dei diversi tipi d'utenti; solo dopo il marketing è calato all'interno d'azioni finalizzate alla presentazione d'informazioni e servizi, entrando quindi nel campo della gestione vera e propria. L'attività di ricezione ed ascolto deve comunque essere un'impostazione permanente capace di caratterizzare la vita complessiva di una biblioteca, pure durante le fasi di creazione e aggiornamento dei servizi offerti; insomma anche un'attività di feedback, che tiene conto della necessità di valutare sistematicamente i dati provenienti dalla fase più propriamente operativa dei servizi.

Almeno le grandi biblioteche dovrebbero organizzare un URP (Ufficio delle Relazioni con il Pubblico) capace di raccogliere reclami e suggerimenti, in modo da poter definire un quadro complessivo utile per coloro che sono responsabili delle attività gestionali.

Gli utenti possono essere coinvolti anche tramite l'uso di focus group, vale a dire di piccoli gruppi (di solito tra i sei e le otto persone) che accettano di riunirsi assieme ad un moderatore per discutere sui desideri, le aspettative, i bisogni, le valutazioni inerenti al rapporto utente-biblioteca; generalmente la seduta non dura più di un paio d'ore. Questa tecnica non è capace di coinvolgere gli utenti potenziali, mentre l'utilizzo di ricerche di marketing consente una raccolta dei dati proveniente dall'ampio contesto sociale in cui la biblioteca si trova inserita. Quest'ultima possibilità rende necessaria la combinazione d'analisi di tipo quantitativo e di tipo qualitativo. L'analisi quantitativa è il risultato d'elaborazioni statistiche di dati raccolti dalla biblioteca dal proprio interno oppure da fonti esterne. Nel caso d'analisi qualitative la tecnica più raccomandata prevede la somministrazione di un modulo ad un campione rappresentativo; siccome il sondaggio deve fondarsi su basi scientifiche il bibliotecario deve collaborare con agenzie specializzate, in modo che le diverse fasi siano condotte nel migliore dei modi (campionamento, raccolta dati, definizione dei criteri secondo cui redigere il questionario, conduzione delle interviste, misurazione, elaborazione e interpretazione dei dati raccolti).

La comunicazione con gli stakeholders

Quando si parla di comunicazione organizzativa² ci si riferisce a tutte le attività comunicative, indipendentemente dai soggetti coinvolti, che servono alla gestione e allo sviluppo organizzativo; i soggetti considerati vengono non solo informati sulle iniziative, i cambiamenti, le finalità e i valori della biblioteca, ma essi stessi possono comunicare con l'organizzazione ed influenzarne i comportamenti. Questi stakeholders ("detentori d'interessi") sono numerosi: utenti, associazioni d'utenti, pubblici poteri, fornitori, sindacati, ente di riferimento, associazioni professionali di categoria, co-makers (collaboratori interni ed esterni), funzionari/quadri, impiegati, personale part-time, volontari.

Verso gli utenti la comunicazione ha cinque obiettivi:

²Michele ROSCO e Giovanni DI DOMENICO "Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi", Milano, Bibliografica, 1998 (copyright).

1- informare in modo costante, chiaro e tempestivo sul portafoglio servizi; qual è il servizio, a quali bisogni è indirizzato, come, dove, quando è erogato, è gratuito o a pagamento, chi è il responsabile e così via.

2- formare gli utenti in modo da renderli esperti e consapevoli nell'accesso ai servizi e nell'uso delle risorse, per esempio nello strutturare e presentare una richiesta per una ricerca bibliografica, nel ricercare l'informazione in Rete, nell'interrogare OPAC e banche dati, nel consultare un determinato repertorio e così via.

3- orientare gli utenti verso comportamenti collaborativi e caratterizzati da senso civico, vale a dire caratterizzati dal senso di responsabilità, rispetto e lealtà nell'uso d'attrezzature, spazi, arredi, e così via; in questo modo è creato e rinforzato il sentimento d'identificazione ed appartenenza con la biblioteca.

4- svolgere attività di convincimento per trasformare i fruitori occasionali in fruitori assidui, e i fruitori potenziali in fruitori reali; ciò avviene tramite una serie d'iniziative coerenti e continue, realizzate con creatività e professionalità (presentazione di servizi, visite guidate, mostre e così via).

5- acquistare credito attraverso la ricerca dell'efficacia e la comunicazione di tipo istituzionale (o corporate); quest'ultimo aspetto presuppone la volontà di puntare sulla trasparenza, la visibilità e il dialogo; in sostanza la biblioteca cerca di condividere con i suoi pubblici i valori che la caratterizzano (diritto all'accesso all'informazione, diritti del lettore ecc.), di comunicare il proprio profilo culturale e deontologico, la sua identità complessiva. Alcune imprese di pubblici servizi utilizzano come strumento proprie pubblicazioni periodiche (cartacee o meno) capaci di interessare il lettore e di coinvolgerlo.

Se consideriamo la comunicazione e l'interazione con l'utente all'interno dell'attività di servizio risulta possibile definire un obiettivo generale che riassume ed integra gli obiettivi parziali appena espressi, questo valore imprescindibile è la soddisfazione dell'utente. Il raggiungimento di questo scopo è legato alla sensazione che il singolo utente ha del servizio a lui erogato: "In biblioteca la

user satisfaction nasce come percezione dell'utente di aver proficuamente impiegato il proprio tempo e speso bene il proprio denaro, avendo ricevuto, rispetto alle proprie aspettative, e in un determinato contesto ambientale, le migliori prestazioni possibili di servizio"³. In questo caso i concetti di "aspettative", "denaro" e "tempo" non vanno considerati come valori quantificabili oggettivamente, assoluti e costanti, isolati e delimitati perfettamente, ma elementi di un'esperienza individuale e intersoggettiva che assumono significato nell'immediata e concreta sensazione del singolo utente. Infatti un giudizio tendenzialmente favorevole c'è quando la qualità percepita è maggiore della qualità attesa, in caso contrario il giudizio è tendenzialmente sfavorevole; detto in altri termini il servizio non nasce come semplice somma di risorse (umane, tecnologiche, documentali ecc.) ma come prodotto di un'interazione complessa.

Lo sforzo della biblioteca deve essere quello di proporre uno spazio d'interazione funzionale e confortevole, capace di accogliere adeguatamente l'utente, ciò avviene solo se sussistono le qualità dell'organizzazione: affidabilità (portare a compimento precisamente quello che è stato promesso), disponibilità (manifestare la sincera volontà di andare prontamente incontro alle esigenze dell'utente), capacità di rassicurare (promuovere le sensazioni di sicurezza e fiducia), capacità di comunicare (personalizzare il servizio, permettere all'utente di prendere contatto agevolmente con il personale, comunicare informazioni in modo chiaro e costante), capacità di recupero (valorizzare il reclamo come risorsa per migliorare l'efficacia e l'efficienza dell'erogazione del servizio).

Ai cinque obiettivi relativi agli utenti corrispondono altrettanti nelle relazioni con gli stakeholders interni:

1- informare costantemente il personale sulle modalità d'organizzazione del servizio, sugli obiettivi e le politiche.

2- investire nell'aggiornamento professionale e nell'apprendimento.

3- incentivare sentimenti d'appartenenza basati su valori professionali e organizzativi.

³Michele ROSCO e Giovanni DI DOMENICO "Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi", Milano, Bibliografica, 1998 (copyright).

4- esercitare una leadership capace di motivare e incoraggiare, definire assieme all'ente di riferimento sistemi adeguati d'incentivazione economica capaci di premiare i più meritevoli.

5- diffondere la cultura corporate nell'intera organizzazione (compresi neo-assunti, volontari, lavoratori part-time ecc.), magari tramite una dichiarazione d'intenti conosciuta e condivisa.

La comunicazione globale

Per riunire i diversi aspetti della comunicazione è necessaria considerare in modo unitario le tre tipologie comunicative fondamentali:⁴ comunicazione corporate, comunicazione marketing, comunicazione interna. La comunicazione corporate cerca di ottenere il consenso dei diversi interlocutori, la comunicazione marketing intende influenzare i comportamenti di fruizione ed acquisto degli utenti, infine quella interna mira ad ottenere dipendenti motivati e legati al profilo deontologico, professionale e organizzativo della biblioteca. L'ottenimento di una comunicazione globale prevede un processo d'integrazione che non può fare a meno d'alcuni valori basilari: continuità, chiarezza, realismo, coerenza, accettazione (cioè consenso da parte degli stakeholders interni).

L'integrazione va inoltre ricercata fra più livelli: A- tra la comunicazione esplicita e quella implicita, B- tra mezzi, forme e strumenti usati, C- tra le differenti tecniche di comunicazione.

A- la comunicazione esplicita si compone di strategie volontariamente strutturate per raggiungere specifici scopi (attività promozionali, regolamenti, comunicazioni ufficiali interne ecc.); la comunicazione implicita avviene invece attraverso atteggiamenti, comportamenti, evidenze fisiche non necessariamente frutto di consapevolezza (comportamenti del personale, tecnologie, arredi, spazi, sede, servizi, raccolte); una comunicazione implicita che ha un impatto negativo rende vano anche la migliore comunicazione esplicita.

B- per mezzi, forme e strumenti usati si intendono campagne promozionali, pubbliche relazioni (comunicazione della biblioteca verso soggetti esterni, anche molto diversi fra loro), relazioni interne e così via.

⁴Michele ROSCO e Giovanni DI DOMENICO "Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi", Milano, Bibliografica, 1998 (copyright).

C- ogni intervento comunicativo, nelle sue specifiche caratteristiche, necessita dell'utilizzo combinato di tecniche diverse, quest'ultime sono definibili in sei tipologie, vale a dire logico-linguistiche, audiovisive, psicologiche, grafico-editoriali, di ricerca sociale, informatiche. Entrando nel dettaglio troviamo, per esempio, che per i testi didattici finalizzati alla formazione professionale servono tutte le tipologie, mentre nelle relazioni tra dirigenti e dipendenti vanno utilizzate due specifiche (retoriche-linguistiche e psicologiche).

La comunicazione deve essere coerentemente programmata in 6 fasi fondamentali:

1- definire gli obiettivi in base al posizionamento, cioè all'identità di servizio che la biblioteca rappresenta; il posizionamento è determinato dalla tipologia di servizio storicamente formatosi, dal contesto (stakeholders, concorrenti e soggetti simili), dai servizi e dai bisogni informativi su cui si decide di investire o abbandonare.

2- gestire la spesa in base ai rapporti costi-benefici, calcolati singolarmente per ogni obiettivo.

3- analizzare il contesto nelle sue conoscenze, aspettative, percezioni (ci si riferisce agli stakeholders, e all'intero macroambiente, compresi gli utenti potenziali).

4- decidere l'approccio da privilegiare (informazioni sul prodotto-servizio, comunicazione corporate, interna, esterna) e quali mezzi comunicativi risultano più produttivi (internet, stampa periodica, organizzazione d'eventi e così via).

5- eseguire il programma con professionalità e coerenza, con particolare attenzione agli aspetti tecnici e allo stile di presentazione, quando è necessario l'uso di professionalità esterne (analisti di mercato, giornalisti ecc.) è indispensabile un'efficace comunicazione con loro.

6- verificare i risultati nei diversi aspetti (informativi, finanziari, organizzativi, tecnologici) e in relazione agli obiettivi prefissati, per fare questo è necessaria la riflessione di collaboratori e funzionari sulla base di dati quantitativi e qualitativi (focus group per esempio).

Possiamo a questo punto affrontare e descrivere brevemente alcuni specifici elementi e situazioni che influenzano la comunicazione tra biblioteca e utente finale.

Il logo

Per ogni biblioteca è bene avere un elemento d'identificazione, più precisamente un logo dell'istituzione che intuitivamente richiami alla mente dell'osservatore la biblioteca specifica. Questo marchio serve per attirare l'attenzione ed evidenziare la connessione di iniziative, eventi, pubblicazioni varie, in pratica è una specie di firma che chiaramente identifica una responsabilità o una collaborazione della biblioteca con soggetti terzi (istituzioni pubbliche, associazioni ecc.), può essere utilizzata in manifesti, guide, documenti e corrispondenza ufficiale, tessere per l'accesso ai servizi, timbri impressi sulle pubblicazioni possedute, depliant, inviti a particolari iniziative, campagne pubblicitarie di diverso tipo, segnalibri, eventuali cartellini per l'identificazione personale, moduli, promemoria per il lettore, biglietti da visita, insegne esterne, pubblicazione in Rete, stampa sul mezzo usato per il servizio di bibliobus.

L'arredamento e l'architettura

Per quanto riguarda l'arredamento e l'architettura bibliotecaria⁵ dovrebbero trasmettere la sensazione di comfort, vale a dire contemporaneamente di confidenza e funzionalità; si tratta dunque di creare un ambiente capace di esprimere familiarità e sicurezza, oltre ad essere consono alle attività che si svolgono (lettura, consultazione, fruizione di documenti digitali, richiesta d'informazioni e così via). L'arredamento e le attrezzature devono essere della tipologia e della quantità adeguata: scaffali per libri, per periodici, espositori per quotidiani o per nuove accessioni, tavoli per la consultazione, tavoli per accogliere elaboratori elettronici e via dicendo. I materiali usati per pavimenti ed arredi non devono essere rumorosi, e i tavoli non devono dare fastidiosi riflessi luminosi; considerazioni ergonomiche devono determinare l'altezza appropriata per tavoli, sedie, ripiani rispetto al corpo di bambini, uomini e donne; il rispetto dei requisiti di sicurezza raccomanda l'utilizzo di materiali ignifughi, l'eliminazione di spigoli vivi per i ripiani, il controllo dei requisiti di stabilità e solidità. L'aspetto estetico dell'arredamento (luminosità, colore, caratteristiche geometriche) deve dare l'idea d'ordine e familiarità.

⁵Gianni OTTOLINI "Arredare la biblioteca", in "Abitare la biblioteca. Arredo e organizzazione degli spazi nella biblioteca pubblica", a cura di Massimo ACCARISI e Massimo BELOTTI, Roma, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comune di Brugherio, Oberon, 1984.

Sempre considerando la biblioteca in quanto struttura fisica, anche l'aspetto architettonico influisce inevitabilmente nel rapporto con l'utente. In Italia molte biblioteche non si trovano in edifici nati per questo scopo, ma in ambienti progettati originariamente per essere ristoranti, supermercati o altro; per quanto riguarda gli edifici storici adibiti a sedi, vincoli statali pongono dei limiti agli interventi architettonici; situazioni del genere necessitano dell'analisi dello specifico contesto, per poter poi adattare gli spazi nel miglior modo possibile. Dal punto di vista dell'utente spazi angusti e poco illuminati, eccessivamente caldi o troppo freddi scoraggiano; al contrario ambienti luminosi e spaziosi risultano più accoglienti, per esempio prevedendo la possibilità per i piani superiori di "affacciarsi" su quelli inferiori, Sarebbe poi bene che gli ambienti fossero isolati acusticamente ed ingressi e sale dotati di piante ornamentali per aumentarne la gradevolezza.

Per quanto attiene all'uso della luce, il soleggiamento diretto può alterare proprietà e colori dei testi esposti, pavimenti in moquette, linoleum e arredi, poi la variabilità stagionale e giornaliera della luce non si adatta ad una lettura prolungata, inoltre finestre alte creano zone d'ombra circostanti che possono rendere difficile la lettura e la consultazione. Il sistema d'illuminazione adottato dovrebbe prevedere sia l'uso di luce artificiale, sia di luce naturale, infatti l'utilizzo di finestre, se della grandezza e dell'ubicazione adeguata, permette un più facile rapporto tra interni ed esterni, quindi una sensazione psicologica più piacevole per chi è dentro e una funzione di "vetrina" per chi si trova di fuori.

La segnaletica

Per favorire l'accesso alla biblioteca e facilitare l'uso di spazi e servizi è utile l'uso della segnaletica, da intendersi come un "sistema d'informazioni permanenti visive"⁶ capace di comunicare il rapporto tra l'organizzazione dei servizi e il contesto spaziale; rispetto a guide della biblioteca, depliant e opuscoli il sistema segnaletico differisce perché non si rivolge esclusivamente ad un pubblico motivato, quindi già interessato ad informarsi su uno o più servizi. Un sistema segnaletico efficace localizza segnali ed indicazioni nei punti in cui sono utili

⁶Ivana PELLICCIOLI "La segnaletica per la biblioteca", Milano, Bibliografica, 1990 (copyright).

all'istruzione dell'utente, utilizza una terminologia diretta e chiara, usa i segnali per rendere complessivamente l'organizzazione degli spazi e dei servizi, anche al di là d'isolate informazioni specifiche; inoltre tiene conto della necessità di caratteri tipografici, simboli e colori immediati, chiari e semplici per il maggior numero possibile di persone. La progettazione di un sistema del genere deve orientare l'utente, permettergli la scelta di un percorso, il mantenimento dello stesso, l'individuazione della destinazione e/o dell'informazione desiderata. La segnaletica di tipo esterno informa sull'esistenza della biblioteca e indica la strada per raggiungerla, inoltre è utilizzata per indicare fermate del bibliobus, aree di parcheggio, orari d'apertura, informazioni sulle attività ecc. ; per quanto attiene ai cartelli stradali (segnali direzionali di localizzazione) vanno collocati entro un raggio di almeno 2 km dall'edificio. La segnaletica di tipo interno serve invece a localizzare le aree funzionali principali, i servizi e a dare istruzioni sull'uso di strumenti, servizi, materiali. I due tipi di segnaletica sono complementari ed in entrambi possiamo distinguere tre funzioni fondamentali: di localizzazione, di contenuto e d'istruzione. Soffermandoci sui segnali interni quelli con funzione di localizzazione guidano, partendo dall'ingresso, ai piani della biblioteca, alle aree funzionali e ai servizi principali (emeroteca, biblioteca ragazzi, biblioteca adulti, zone cataloghi, ingresso per esempio); quelli con funzione di contenuto sono una specificazione rispetto ai segnali precedenti e sono posti nei punti utili per l'utente, evidenziano e localizzano zone importanti quali la sala di lettura, la zona prestito-informazioni, le raccolte a scaffale aperto ordinate secondo la classificazione decimale Dewey e così via; la segnaletica con funzione d'istruzione spiega il funzionamento e le condizioni del servizio, serve a fornire indicazioni sull'uso dei cataloghi, sull'orario d'apertura, sulla consultazione di repertori, elenco dei lemmi della CDD con relativo indice numerico, istruzioni per la lettura della scheda catalografica, ecc.

La collocazione

Le raccolte custodite in sede possono prevedere due principali sistemi di collocazione spaziale, o a scaffale aperto, oppure al chiuso. La prima possibilità è la migliore per l'utente, il quale può essere invogliato da un titolo particolare o da una coperta accattivante, prendere e sfogliare

velocemente un libro senza passare per la mediazione di un linguaggio catalografico e la consultazione preliminare di moduli per la consultazione; questo sistema favorisce la "serendipity", vale a dire la possibilità di fare piacevoli scoperte in modo casuale; certamente l'utilizzo di un sistema di una classificazione, di solito la CDD, comprensibile ed evidenziato sui palchetti, è necessaria per ricerche più razionali. Molti pensano che l'uso della CDD sia il sistema di collocazione migliore per facilitare la ricerca diretta dell'utente, altri preferiscono un sistema per soggetti, sicuramente molto dipende dalle aspettative e dalle abitudini utenziali, oltre che dalla varietà dei contenuti presenti; per esempio è evidente che delle raccolte per l'infanzia vadano collocate secondo un criterio diverso rispetto a raccolte d'altro genere. Materiali di particolare pregio o decisamente fragili devono, per motivi di conservazione, essere collocati al chiuso; l'utilizzo dello scaffale aperto è consigliato per tutti gli altri materiali, ma dovrebbe essere accompagnato dalla possibilità di controllo per evitare o disincentivare atti di taccheggio.

Il servizio di reference

Un servizio fondamentale, che si concretizza nella comunicazione con il singolo utente, è quello di reference⁷; si tratta di un concetto che in Italia per molto tempo è stato identificato con la consultazione, solo negli ultimi decenni è stato delineato chiaramente il servizio di reference come "assistenza all'utente che cerca informazioni in biblioteca", insomma un servizio d'informazione considerato come attività di consulenza e non solo di consultazione dunque. Gli elementi che incidono su un servizio di reference sono principalmente: il personale, l'utenza, la sede, le fonti. Il comportamento del bibliotecario è influenzato dalla dimensione delle raccolte, dalla ricchezza degli strumenti di consultazione, dalla tipologia dell'utenza e quindi dei quesiti; l'addetto al reference deve essere competente nel campo della ricerca bibliografica e catalografica, nell'uso degli strumenti informatici e nelle relazioni interpersonali con l'utente. Quest'ultimo aspetto è determinante per qualificare, agli occhi dell'utente, un buon servizio; l'addetto deve avere le capacità per condurre un dialogo proficuo con l'utente al fine di chiarire il più possibile le

⁷Paola FERRO e Anna Rita ZANOBI "Guida agli esami per bibliotecari e assistenti di biblioteca. Elementi di paleografia, storia del libro, biblioteconomia e bibliografia generale. Test e quesiti a risposta breve", Milano, Bibliografica, 2001 (copyright); Aurelio AGHEMO "Informare in biblioteca", Milano, Bibliografica, 1992.

caratteristiche e il contesto del quesito, un altro aspetto non secondario riguarda la comunicazione non verbale che incide sulla comunicazione orale: atteggiamento generale d'interessamento, sguardo, gesticolio delle mani, espressioni del viso, cenni della testa, aspetto fisico, orientamento reciproco dei corpi, distanza fisica tra i due soggetti. Le domande d'informazioni possono essere poste non solo oralmente, ma anche per telefono, per posta (tradizionale o elettronica), oppure via fax. Solitamente le richieste riguardano l'orientamento bibliografico, in certi casi posso anche riguardare l'orientamento fisico; a quest'ultimo tipo di domande può anche rispondere la segnaletica, gli opuscoli e le guide. Il servizio può essere condotto secondo tre differenti livelli: minimo (all'utente sono presentati gli strumenti bibliografici che potrebbero servire ma non viene ulteriormente aiutato), medio (l'utente conduce la ricerca aiutato da qualche indicazione), massimo (il bibliotecario conduce una ricerca bibliografica sulla base delle necessità dell'utente).

La Carta dei servizi

Lo strumento che esplicitamente serve per regolare i rapporti tra servizio bibliotecario (nelle sue varie forme) e utente è la Carta dei servizi⁸, un documento stilato dall'organo responsabile tecnicamente dell'erogazione e destinato ad essere modificato ogni volta che la variazione negli obiettivi e nelle risorse lo renda necessario. Questo documento è elaborato partendo dalle linee generali che si trovano nel regolamento, cioè in quello strumento giuridico che attribuisce ai vari soggetti precise responsabilità di controllo, gestione e indirizzo, e che definisce l'organizzazione complessiva delle risorse (finanziarie, umane, tecnologiche, documentarie e via dicendo). La Carta definisce ogni servizio previsto, tracciando le modalità d'erogazione e di valutazione tramite indicatori di qualità (parametri specifici sono applicati anche alle raccolte, alla sede, al personale); sono chiariti i diritti e i doveri per l'ente di riferimento, il personale e l'utente; per tutelare quest'ultima figura sono previste modalità per la presentazione di reclami e suggerimenti. Una buona Carta deve basarsi su una chiara definizione delle finalità istituzionali (mission) e una decisa adesione a dei principi generali quali: l'uguaglianza d'accesso ai servizi, l'accessibilità (orari

⁸COMMISSIONE NAZIONALE BIBLIOTECHE PUBBLICHE (a cura della) "Linee guida per la redazione delle carte dei servizi delle biblioteche pubbliche", Roma, AIB, 2000.

d'apertura adeguati agli utenti, eliminazione delle barriere architettoniche ecc.), la continuità (annuncio preventivo d'interruzioni del servizio e attività efficaci alla ripresa dello stesso), l'imparzialità, il diritto di scelta dell'utente (tra servizi e supporti differenti), la partecipazione e la trasparenza (possibilità per l'utente di inoltrare reclami, osservazioni, richieste, suggerimenti, comunicare anche in altri modi con i responsabili dell'erogazione, essere informato chiaramente e puntualmente), efficienza ed efficacia nella gestione e nei servizi.

L'applicazione Web bibliotecaria

Il ruolo che lo spazio Web bibliotecario riveste nel rapporto con l'utente è vario e particolare; vario perché un sito può svolgere funzioni anche molto diverse da un altro, particolare perché i navigatori che accedono alla risorsa non necessariamente corrispondono all'utenza reale e forse neanche all'utenza potenziale della biblioteca "fisica". La prima domanda da porsi è che tipo d'informazioni può trasmettere un'applicazione Web bibliotecaria, a questo proposito è utile riallacciarsi alla breve categorizzazione da me adoperata per schedare 18 siti di biblioteche italiane⁹: " Il sito è considerato appartenente alla categoria 3 quando contiene surrogati digitali, in caso contrario può far parte della categoria 2 se contiene almeno uno dei seguenti dispositivi: un OPAC effettivamente consultabile (singolo o collettivo), un VRD, una bibliografia. Il sito che non rientra nelle categorie sopra descritte è fatto rientrare nella categoria 1. Ricapitolando: alla categoria 3 appartiene l'applicazione Web che presenta una qualsiasi forma di biblioteca digitale, la categoria 2 si ferma invece alla presentazione d'informazioni che riguardano i documenti, la categoria 1 accoglie infine quell'applicazione che presenta dati che riguardano soltanto la biblioteca. La suddivisione in categorie è quindi basata su parametri di tipo qualitativo e non quantitativo." Le categorie appena esposte hanno il pregio di essere facilmente applicabili praticamente a tutti i siti bibliotecari, ma definiscono degli insiemi troppo vasti per penetrare la

⁹Daniele FALCINELLI "Biblioteche pubbliche italiane sul Web. Caratteristiche e funzionalità" [Tesi di laurea discussa presso l'Università degli Studi della Tuscia, Facoltà di Conservazione dei Beni Culturali, a maggio 2004], Viterbo, 2002/2003.

complessità dell'argomento, per questo cito una categorizzazione più stringente in cui Maria Stella Rasetti ha definito 7 stadi¹⁰:

“1- sito-depliant: una pagina e basta, o poco più, interattività limitata, quando va bene, al solo indirizzo di posta elettronica; nessun investimento della biblioteca sul sito come strumento di comunicazione. Si trova sì e no l'indirizzo e l'orario d'apertura;

2- accesso all'OPAC: le informazioni sul funzionamento e le attività della biblioteca sono ridotte al minimo, lo spazio Web serve per dare accesso al catalogo, il quale a sua volta è pensato in chiave non interattiva (ad esempio si può interrogare la base dati per sapere se la biblioteca possiede o no un documento, ma non lo si può né prenotare né richiedere in prestito, etc.);

3- informazioni sui servizi e sulle attività: comincia a configurarsi un primo livello di “rispecchiamento” tra biblioteca reale e spazio Web, con informazioni dettagliate sulle tariffe, sugli orari, sul “che cosa fare per”, ci sono i programmi e i calendari delle iniziative etc., ma manca la dimensione della “profondità” (es. mancano gli archivi d'immagini delle iniziative, non si ha accesso alla documentazione amministrativa, etc.);

4- accesso alla riproduzione digitale di documenti: fondi antichi e speciali sono accessibili in modalità digitale, arricchendo l'offerta della biblioteca (è a questo stadio che la biblioteca in versione Web può essere più “ricca” della biblioteca reale);

5- reference on line: creazione di librerie di risorse Web selezionate su temi specifici, bibliografie ragionate e Webliografie a tema;

6- servizi interattivi: richieste d'acquisto, gestione commenti, critiche e proposte, prenotazioni e rinnovi, reference on line via Web e via e-mail, e-commerce (vendita di servizi della biblioteca), etc.;

7- uso del sito Web come strumento organizzativo: il sito è “più ricco” della biblioteca reale, perché offre allo staff alcuni elementi di valutazione utili per la programmazione e la

¹⁰E-mail stampata il 20/11/2003; vedi anche Maria Stella RASETTI “L'odalisca sul riscio. L'uso del sito web come strumento di management per valutare e dirigere i processi organizzativi in biblioteca”, “Biblioteche oggi”, 18, 2000, n. 9, p. 8-20.

pianificazione delle attività. In quest'ultimo caso c'è l'archivio e la documentazione amministrativa". M.S. Rasetti rileva anche come i passaggi da uno stadio all'altro non vanno considerati come fasi di una necessaria sequenza cronologica, per esempio in alcuni casi le biblioteche cominciano con l'OPAC, comunque possono saltare una fase o affrontarla secondo un ordine diverso da quello descritto; ovviamente molte applicazioni Web bibliotecarie possono fermarsi al sito-depliant o a qualche altro stadio successivo senza raggiungere lo stadio più evoluto, ciò è legittimo e non pregiudica la qualità della risorsa.

Il "Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali – criteri, linee guida e raccomandazioni generali"¹¹ esprime 12 obiettivi dell'applicazione Web culturale pubblica, per semplificare mi attengo alle considerazioni sulle biblioteche: 1- rappresentare l'identità della biblioteca, 2- rendere trasparente l'attività della biblioteca, 3- essere trasparenti sulla missione dell'applicazione Web bibliotecaria, 4- svolgere un ruolo efficace nei network di settore, 5- presentare norme e standard di settore, 6- diffondere contenuti culturali, 7- sostenere il turismo culturale, 8- offrire servizi didattici, 9- offrire servizi per la ricerca scientifica, 10- offrire servizi ai professionisti del settore, 11-offrire servizi per le prenotazioni e gli acquisti, 12- promuovere comunità telematiche di settore. Approfondiamo ora i punti uno per uno:

1- L'identità di una biblioteca è data dalla sua storia, dalle finalità istituzionali, dal contenuto culturale e scientifico prodotto, conservato, diffuso e/o tutelato, dalla struttura gestionale, dal luogo dove si trova e/o che occupa; si tratta di presentare la storia dell'istituto e il suo legame con il territorio, le notizie storico-bibliografiche sulle collezioni, la struttura fisica della sede, il ruolo e le caratteristiche delle sale di lettura e dei diversi cataloghi.

2- Rendere trasparente l'attività della biblioteca vuol dire rendere note le diverse attività e i differenti servizi al pubblico, quindi le modalità d'accesso ai servizi e le loro regolamentazioni, orari d'apertura, orari e modalità dei servizi (distribuzione, prestito locale o interbibliotecario con

¹¹MINERVA WORKING GROUP 5 "Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali. Criteri, linee guida e raccomandazioni generali. Versione 1-0 – Draft", http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria1_0draft/qualitycriteriaita1_0.pdf, ultima consultazione: 04/02/2005.

la possibilità o meno di effettuarlo dal sito Web, reference, eventualmente previsto può essere anche un servizio d'informazioni bibliografiche indiretto, vale a dire tramite fax, e-mail, lettera e strumenti del genere); vanno descritti i vari uffici, specificando funzioni e referenti, eventuali progetti, mostre, convegni, corsi ed altre attività.

3- Senza un'informazione completa sull'applicazione Web è impossibile garantire all'utente trasparenza riguardo allo spazio in linea; in ambito bibliotecario questo punto è considerato secondario perché la funzione stessa dell'istituzione vi fa riferimento; la fondamentale attività della biblioteca è appunto quella di occuparsi della circolazione del sapere. Concretamente bisogna rendere conto degli obiettivi, delle responsabilità, delle strategie che l'applicazione Web comporta.

4- Contribuire al network di settore significa collaborare con altri istituti nella realizzazione di progetti culturali, ciò riguarda la creazione di basi dati e il perfezionamento di metadati descrittivi; in quest'ambito rientra la catalogazione partecipata e i servizi ILL (InterLibrary Loan), vale a dire il prestito interbibliotecario.

5- La pubblicazione di norme e gli standard aggiornati di settore non riguarda i compiti di un sito bibliotecario, ma per altri istituti culturali (musei, soprintendenze ecc.) può avere una ragion d'essere.

6- Le biblioteche devono rendere disponibili informazioni di natura culturale, scientifica, giuridica, amministrativa, finanziaria di cui sono produttori e detentori; ciò deve avvenire nel rispetto delle norme sull'IPR (diritti di proprietà intellettuale) e sulla privacy; si tratta di descrivere eventuali mostre, convegni, attività culturali in genere che riguardano l'istituto; pubblicare materiali prodotti dalla comunità scientifica e offrire full-text elettronici.

7- L'incremento della fruizione dei Beni Culturali in campo turistico può essere perseguito offrendo pagine dedicate al territorio locale, a biblioteche locali (specificando ubicazioni ed orari), con la presenza di percorsi multilingua per aiutare l'utente straniero.

8- La fruizione del patrimonio culturale è facilitata se vengono istituiti sussidi didattici che possono servire ad interpretare ed a calare nel proprio contesto storico il bene culturale, le interfacce utilizzate devono potenziare interattività e fruibilità anche da parte di navigatori disabili; si tratta d'eventuali progetti didattici on-line con programmi d'alfabetizzazione nel settore dell'informatica e della biblioteconomia. Le iniziative possibili (rivista elettronica di biblioteconomia, guida all'uso della biblioteca, guida agli strumenti bibliografici locali o in linea e via dicendo) ed ogni tipo d'attività didattica dovrebbe essere preceduto dallo studio delle esigenze dell'utenza, in modo da orientare un'offerta mirata d'informazioni e iniziative.

9- Per rivolgersi alla comunità scientifica di norma si usa un linguaggio più sintetico e specializzato rispetto a quello adoperato di solito; in questo campo vengono presentati cataloghi in linea riguardati materiali speciali o raccolte particolari, OPAC, anche di tipo full-text e metaOPAC, VRD, servizi di reference on-line.

10- Rivolgersi ai professionisti di settore significa proporre informazioni su bandi e concorsi, modulistica, normative di settore, prenotazione di servizi erogati dalla biblioteca ecc.; compito della biblioteca è mettere a disposizione testi di biblioteconomia e loro traduzioni, creare eventualmente reti dedicate (intranet) per la condivisione d'informazioni professionali, utile sarebbe permettere lo scaricamento di eventuali documenti amministrativi e di bandi di gara.

11- Offrire servizi per le prenotazioni e gli acquisti diventa possibile se è utilizzabile un servizio di prestito on-line, se si può, sempre in linea, richiedere riproduzioni fotografiche o fotocopie, prenotare per l'accesso a settori riservati della biblioteca (sala manoscritti, incunaboli ecc.).

12- Promuovere delle comunità telematiche poste come punti di aggregazione degli utenti comporta l'apertura di forum e mailing list riguardanti temi d'ambito bibliotecario, l'uso di newsletter, di reti dedicate. Si tratta di un possibile ponte verso l'utenza potenziale e di uno strumento di analisi e di feedback che ponga attenzione all'audience (indice di soddisfazione accordato dagli utenti ai servizi offerti). Il monitoraggio costante dell'audience permette di orientare la progettazione e la modifica delle offerte rivolte agli utenti.

Qualità, usabilità e accessibilità Web

La consistenza di un sito (cioè il numero delle pagine) non è un parametro che preso singolarmente può dirci molto sulla qualità della risorsa, indubbiamente però uno spazio Web di piccole dimensioni è più facile e veloce da aggiornare, di questo deve essere tenuto conto in fase di progettazione; anche l'utilizzo di tecnologie sofisticate e soluzioni grafiche innovative non garantiscono necessariamente il buon funzionamento di un'applicazione Web. Un sito Web di qualità è un sito funzionale, vale a dire uno strumento che svolge efficacemente le funzioni peculiari che lo caratterizzano, che raggiunge gli obiettivi per cui è stato creato e che, in base a questi, soddisfa il pubblico cui si rivolge; i concetti di usabilità e accessibilità specificano meglio quanto appena detto.

Michele Visciola asserisce¹²: "Un sito Web è usabile quando soddisfa i bisogni informativi dell'utente finale che lo sta visitando e interrogando, fornendogli capacità di accesso e di navigabilità e consentendo un adeguato livello di comprensione dei contenuti. Nel caso non sia disponibile tutta l'informazione, un buon sito demanda ad altre fonti informative."; lo standard ISO 9241, nella parte 11, spiega così il concetto d'usabilità: "L'efficacia, l'efficienza e la soddisfazione con cui specificati utenti raggiungono specificati obiettivi in specificati ambienti. Con riferimento ai siti Web si può misurare l'efficacia con il raggiungimento da parte dell'utente dell'obiettivo che si era prefissato entrando nel sito; l'efficienza con lo sforzo di fatica, di tempo, di risorse usate, e anche cognitivo, che dovrà fare per raggiungere quell'obiettivo; la soddisfazione con l'apprezzamento complessivo da parte dell'utente". L'idea di usabilità si compone di vari fattori: facilità d'uso, utilità attesa, navigabilità, attrattività grafica, efficacia comunicativa, completezza dei contenuti, comprensibilità delle informazioni; tali elementi non vanno valutati separatamente, ma considerati nelle relazioni che si instaurano tra loro e in base al significato che assumono all'interno del rapporto uomo-macchina nello specifico contesto di fruizione; tale contesto muta continuamente in base alle necessità e capacità del singolo navigatore, all'aggiornamento e alla modifica del sito, ai percorsi ipertestuali scelti dall'utente.

¹²Michele VISCIOLA "Usabilità dei siti web", Milano, Apogeo, 2000.

Viene detta utilità attesa quell'insieme di determinati servizi ed informazioni che il visitatore si aspetta di ottenere; è necessario che il sito definisca una sua gerarchia degli scopi attuabili tra quelli desiderabili dall'utente.

Un buon sistema di navigazione aiuta a mantenere l'orientamento tra link, motori di ricerca interni, barre di navigazione ecc.; deve essere chiaro a cosa serve ognuno di questi strumenti e cosa si ottiene precisamente dal loro uso.

Per quanto attiene alla capacità d'attrazione dell'aspetto grafico è da tenere in giusta considerazione la necessità di equilibrio tra estetica e funzionalità, tra impatto emozionale e soddisfacimento dei bisogni informativi. Un'immagine pittorica, un'icona, una foto, o un'animazione va utilizzata se effettivamente aiuta l'utente a prendere decisioni, o veicola contenuti non esprimibili tramite poche frasi significative. In caso contrario si rischia, senza giustificato motivo, di aumentare il tempo di caricamento della pagina e di limitare la visibilità delle informazioni maggiormente utili. Per esempio fornire in linea foto che ritraggono l'interno e l'esterno della biblioteca offre numerose informazioni sulla modalità di conservazione delle raccolte, sugli aspetti architettonici, sul rapporto tra spazi e servizi, ecc; se però l'homepage diviene sovraccarica di questo materiale l'utente dovrà aspettare tempi lunghi per poi magari trovare materiale che non ha scelto e a cui non è interessato. La grafica è utile pure per organizzare l'informazione tramite linee di separazione e l'uso razionale dei colori, per distinguere tra aree con contenuti disomogenei oppure per identificare l'appartenenza di una pagina ad una specifica sezione del sito. Icone e barre di navigazione possono sostituire i link ipertestuali, ma non bisogna credere che il rapporto biunivoco che gli sviluppatori hanno in mente tra rappresentazione grafica e concetto, sia inequivocabilmente riconoscibile da ogni utente; per evitare casi di ambiguità semantica è bene accostare all'elemento grafico una parola o una frase indicativa. Non basta che l'indicazione testuale appaia momentaneamente col passaggio del puntatore sull'area attivata, infatti le capacità limitate della memoria a breve termine o la scarsa attenzione possono costringere l'utente a ritornare sulle stesse immagini più volte prima di

scegliere consapevolmente un'opzione. Un'icona è quindi poco significativa se non è costantemente presentata assieme a dati testuali comprensibili dai navigatori e pertinenti al contenuto da definire.

L'efficacia comunicativa trasmette la credibilità del sito, la capacità di sedurre l'utente è quindi solo un primo passo, dopo è necessario creare un clima di fiducia ottenibile solamente se le aspettative del visitatore vengono soddisfatte; questo vale per i servizi, la qualità e la pertinenza dei contenuti, gli strumenti di interazione e via dicendo.

Occuparsi dei contenuti significa definire l'analiticità e l'ampiezza che riguarda ogni singolo argomento, la completezza si ottiene in modo progressivo, mantenendo come punti di riferimento le finalità, gli obiettivi del sito, i desideri dei visitatori.

La comprensibilità è conseguita se il linguaggio impiegato è adeguato alle capacità cognitive dell'utente; una risorsa che si offre ad un pubblico eterogeneo deve prevedere che i contenuti possano venire comunicati in diverse forme, specie a secondo del livello di specializzazione del visitatore. Se i termini cliccabili nella veste di link non vengono compresi immediatamente possono far perdere tempo oppure condurre a contenuti non pertinenti; analoga è la questione che riguarda l'organizzazione delle informazioni e il sistema con cui sono classificate, questa struttura deve essere il più possibile aderente ai differenti scopi e ai diversi approcci che caratterizzano l'utenza.

L'usabilità è un valore fluttuante, per conservare livelli minimi accettabili bisogna prevedere due livelli di azione, uno diacronico, che si concretizza nell'aggiornamento e nel miglioramento nel tempo, e uno sincronico, attraverso la delineazione di percorsi e modalità di fruizione opzionali rivolti ognuno a differenti necessità e possibilità dell'utente; ambedue i livelli vanno comunque verificati sul campo.

Il “Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali – criteri, linee guida e raccomandazioni generali”¹³ è un documento che intende proporre suggerimenti e considerazioni capaci di

¹³MINERVA WORKING GROUP 5 “Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali. Criteri, linee guida e raccomandazioni generali. Versione 1-0 – Draft”,

migliorare, in fase di creazione o aggiornamento, appunto la qualità di Applicazioni Web Culturali Pubbliche; la questione dell'usabilità è dettagliatamente affrontata e risulta condivisa da qualsiasi spazio Web, di natura culturale o commerciale.

Sono presentati i criteri per l'usabilità¹⁴ suddividendolo secondo i tre ambiti di appartenenza: contenuti, navigazione e design. Criteri generali da applicare ai contenuti sono: coerenza, aggiornamento, completezza, comprensibilità, concisione, multilinguismo, accuratezza.

L'aggiornamento riguarda la validità dei contenuti nel tempo e la politica di manutenzione (anche sui link) che va comunicata espressamente, anche la data dell'ultima modifica deve essere pubblicata; bisogna proporre le informazioni più recenti e presentare dati validi, attendibili, non superati, tenendo conto di ciò che lo specifico campo e il singolo soggetto richiede.

La completezza rappresenta il grado di copertura del campo informativo di riferimento; è indispensabile offrire le informazioni essenziali, spetta però all'utente, in base ai propri obiettivi, la valutazione del livello d'approfondimento che considera necessario. La completezza è collegata al profilo dell'utente come pure agli obiettivi del soggetto culturale che si presenta come server; da non trascurare inoltre anche le modalità d'uso previste. I link vanno valutati anch'essi come i contenuti.

Per permettere la comprensibilità il linguaggio usato deve essere adeguato al livello culturale, alle esperienze e agli interessi dell'utente finale.

Leggere uno schermo è più stancante che farlo su carta, è quindi necessario concentrare la comunicazione sul messaggio chiave ed esprimerlo con meno parole possibili; essere concisi vuol dire evitare orpelli che appesantiscono inutilmente l'informazione.

La ricchezza delle informazioni (esempi, link, dati, immagini o altro) è capace di suscitare interesse e curiosità, perciò fornisce dei motivi al navigatore per ritornare.

http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria1_0draft/qualitycriteriaita1_0.pdf, ultima consultazione: 04/02/2005

¹⁴MINERVA WORKING GROUP 5 "Quality criteria for public cultural Web applications: recommendations and guidelines. Chapter 2", http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria1_0draft/cap2.htm, ultima consultazione: 04/02/2005.

La ricchezza può essere aumentata tramite l'utilizzo di media dinamici (dati sonori, visivi, animazioni, grafici in 3D), è sempre da considerare l'appropriatezza dei formati (risoluzione, durata e altri aspetti tecnici), la tipologia del veicolo (sonoro, visivo ecc.) e lo "stile" della comunicazione (ridondanza, concisione e aspetti simili).

Le pagine Web sono rivolte ad un ambito globale, per questo il multilinguismo è particolarmente utile per raggiungere più utenti possibili, in pratica significa che almeno le informazioni fondamentali vanno espresse in due o più lingue.

L'accuratezza è applicata alla sintassi e alla semantica che compongono i contenuti per evitare fraintendimenti o veri e propri errori che rendono scorretti e incongruenti i significati e le forme utilizzate. Non necessariamente sono da condannare le ripetizioni; vanno comunque evitate espressioni forvianti o offensive.

I criteri applicati ai contenuti che concernono l'istituzione culturale (la biblioteca nel nostro caso) sono: immagine dell'istituzione, responsabilità dell'istituzione, politica dell'IPR, politica della pubblicità.

Agli occhi dell'utente va definita correttamente l'immagine dell'istituzione, le sue iniziative e la sua organizzazione, ciò contribuisce a creare un clima di fiducia.

Deve essere chiarita che la responsabilità del sito globalmente considerato (in particolare dei contenuti) è attribuita alla specifica istituzione culturale.

La linea di condotta sull'IPR riguarda le strategie e le tecnologie impiegate per garantire il rispetto della proprietà intellettuale dei contenuti offerti, informazioni complete a riguardo vanno pubblicate sul Web.

La politica sulla pubblicità va descritta sinteticamente; non può prevedere che i contenuti vengano coperti o offuscati da messaggi pubblicitari. I materiali creati dai responsabili del sito devono essere distinguibili dai consigli per gli acquisti; se l'inserimento di quest'ultimi apporta fondi all'istituzione bisogna che i navigatori ne siano informati.

Altri criteri si riferiscono ai contenuti del dominio: autorità/responsabilità, obiettività, originalità.

Per quanto riguarda la prima voce si tratta di pubblicare le informazioni che identificano l'autore (individuale o collettivo) dei contenuti e le sue competenze relativamente all'ambito disciplinare affrontato.

L'informazione deve essere obiettiva e politicamente corretta, bisogna quindi rendere distinguibili le opinioni personali dai dati fattuali, evitare messaggi faziosi o modificati senza l'approvazione dell'autore.

Sul Web è necessario che le risorse contengano degli contributi originali e unici, in caso contrario l'utente sarebbe poco interessato e difficilmente avrebbe degli stimoli per ritornare.

Abbiamo poi i contenuti dell'applicazione all'interno di cui possiamo trovare: dichiarazione delle finalità istituzionali dell'applicazione, responsabilità dell'applicazione, dichiarazione delle strategie di manutenzione, dichiarazione delle strategie tecnologiche.

La prima voce individua la "mission" del sito, le mete principali e la principale tipologia di utenti cui si rivolge (il/i target).

La responsabilità dell'applicazione deve essere definita in modo dettagliato, è necessario quindi dichiarare il responsabile per gli aspetti editoriali complessivi, chi bisogna contattare per informazioni aggiuntive, a chi vanno rivolti i reclami, a chi ci si rivolge in caso di difficoltà tecniche o aiuti in generale.

La strategia per la manutenzione stabilisce la frequenza di aggiornamento delle pagine, quest'aspetto è visibile al navigatore tramite la data dell'ultimo intervento.

La descrizione della strategia in campo tecnologico comporta l'elencazione di diversi elementi che possono servire per migliorare l'utilizzo del sito: risoluzione minima necessaria, requisiti per la migliore risoluzione, aiuti in linea, suggerimenti, avvertimenti su possibili ritardi o ostacoli, applicazioni software necessarie, configurazione ottimale del browser, risultati da attendersi; un aspetto ulteriore ed importante per l'utente è conoscere la dimensione dei file che accolgono i

contenuti. Quando infatti un file voluminoso può essere scaricato l'utente ha il diritto di conoscere le dimensioni, anche in base a questa indicazione deciderà se procedere o no allo scaricamento.

Sono definiti pure criteri per valutare la qualità dell'organizzazione dei contenuti (strutturazione logica): appropriatezza del raggruppamento, della "nidificazione", delle partizioni, dichiarazione dell'organizzazione, dichiarazione di appartenenza.

Il raggruppamento dei contenuti esige logica e coerenza, e comunque può avvenire in diverse maniere (per soggetto, per autore o altro). Per valutarne l'appropriatezza bisogna considerare pure altri fattori: le caratteristiche del soggetto e l'adeguatezza alla preparazione culturale dell'utente, gli schemi mentali e gli obiettivi di quest'ultimo.

Gli stessi fattori sopra esposti vanno presi in considerazione anche quando si tratta l'appropriatezza della "nidificazione". La struttura dei dati è in genere organizzata gerarchicamente e graficamente i contenuti più recenti sono posti alla fine. La "nidificazione" prevede che all'interno dei "piani" di primo livello esistano anche "piani" ad essi subordinanti, qualcosa di simile a delle scatole cinesi. Tutti i livelli devono essere intuitibili, logici, coerenti e facili da usare in modo da permettere il raggiungimento senza ritardi dei contenuti desiderati.

Una gran quantità di informazioni può venire suddivisa tra più pagine, tuttavia ognuna di queste deve essere autosufficiente, vale a dire che il messaggio deve mostrarsi comprensibile anche senza fare affidamento ad ulteriori pagine. Quando una singola pagina accoglie un contenuto completo, una buona intestazione e una breve indicazione riassuntiva riescono a proporre in modo immediato all'utente il cuore del messaggio.

I criteri di raggruppamento e le relazioni semantiche tra i gruppi devono essere dichiarati all'utente; in pratica l'organizzazione complessiva e l'oggetto dei contenuti (indicato tramite sunti, commenti ecc.), il modo con cui sono messi in ordine, i contenuti principali (non bisogna mai creare false aspettative), il linguaggio disponibile e così via. Indici, mappe del sito e strumenti simili aiutano l'orientamento e la navigazione. Aiuta anche evidenziare etichette testuali che

attestano l'identità semantica dell'informazione e l'uso finalizzato della grafica, per esempio adoperare uno sfondo diverso a seconda dei contenuti.

L'appartenenza di ogni elemento di tipo informativo deve essere dichiarata tramite descrittori testuali o visuali capaci di identificarlo senza dubbi come appartenente ad uno specifico raggruppamento.

L'usabilità è influenzata non solo dai contenuti ma, tra l'altro, pure dal sistema di navigazione. La navigazione è considerata il principale meccanismo tramite il quale gli utenti possono accedere ai contenuti. In questo campo i criteri si riferiscono: all'uso dei link, alla correttezza del sistema di ritorno, alla dichiarazione del contesto, al controllo del media utilizzato, all'usabilità del sistema di ricerca.

L'uso di link è analizzabile tenendo conto di tre aspetti: dichiarazione del link, correttezza del link, copertura del link.

Il significato di un rinvio ipertestuale deve essere chiaro per l'utente prima del suo utilizzo, vuol dire che deve essere comprensibile il legame tra il punto da cliccare e la pagina di approdo; per raggiungere questi obiettivi sono necessari descrittori ed etichette adeguate. I rinvii indirizzati a pagine esterne al sito di provenienza vanno identificati con etichette o commenti rappresentativi, quindi non solo tramite l'URL.

La correttezza del link è valutata positivamente quando il rinvio approda a materiali rilevanti, perciò sono da evitare rinvii a pagine vuote, in costruzione, inutili o inaccessibili. Se queste raccomandazioni non sono seguite il navigatore si sentirà preso in giro e sfiduciato.

La copertura dei rinvii ipertestuali si riferisce alla capacità dei link disponibili di migliorare l'efficienza dell'accesso. Partendo dal punto previsto l'utente deve poter accedere alla risorsa corrispondente adatta alle sue necessità senza dover perdere tempo nel cercare tra materiali inutili; come alternativa il navigatore deve poter scoprire velocemente quelle risorse non interne al sito. L'uso dei link rientra all'interno del più vasto schema di organizzazione usato per i contenuti del sito e l'efficienza dell'accesso è strettamente collegata a questo ordine complessivo. Tramite l'uso

di link non semantici (barre di navigazione e altro) si ottiene l'accelerazione della navigazione interna tra le diverse sezioni.

Un sistema corretto di ritorno consente al navigatore, in qualsiasi punto dell'applicazione si trova, di accedere agevolmente ai punti precedentemente visitati, e di continuare la navigazione senza dover ricominciare dal punto di partenza, o senza essere costretto ad utilizzare il cammino a ritroso previsto dal browser.

La dichiarazione del contesto permette all'utente di essere sempre consapevole della propria posizione all'interno del sito e in relazione al raggruppamento dei contenuti che si trova ad analizzare. Per ottenere questa situazione mappe del sito o diagrammi di orientamento sono utili, aiuti possono venire pure da alcuni accorgimenti, per esempio l'uso di sfondi diversi o etichette testuali indicanti il raggruppamento di appartenenza. Ovviamente qualsiasi dei dispositivi usati serve per esprimere la localizzazione corrente e il contesto in cui il navigatore temporaneamente si trova.

Il controllo dei media si esplica mediante due criteri: appropriatezza del controllo, dichiarazione del controllo.

Per appropriatezza si intende la possibilità per l'utente di intervenire sullo stato e sul funzionamento non consono di immagini, animazioni o suoni. I comandi previsti sono diversi a seconda dei casi (per esempio lo zoom è per le immagini, "start" e "stop" per elementi in movimento). Oltre ai comandi di "avvio" e di "fermo" sopra indicati anche altri sono richiesti, cioè "pause", "re-start", "forward", "backward"; ovviamente mi riferisco alla gestione di animazioni e/o suoni, però quando questi hanno durata limitata può anche essere evitata la possibilità di interazione. Il livello di controllo deve essere adeguato alle caratteristiche del medium, alle capacità, oltre che agli obiettivi, dell'utente.

L'offerta di interazione va dichiarata in modo evidente, ed è necessario che i significati e gli effetti dei dispositivi siano chiari.

I meccanismi di ricerca permettono all'utente di specificare alcune caratteristiche dell'informazione che sta cercando, in modo tale da rintracciare un elenco di pagine che contengono i requisiti richiesti. L'attenzione non viene però puntata sugli algoritmi ma sugli aspetti che direttamente coinvolgono l'usabilità delle procedure di ricerca: comprensibilità del modulo che accoglie il quesito, comprensibilità dei risultati, navigabilità nei risultati.

Per l'utente deve essere chiaro quali termini di ricerca vanno inseriti e il modo con cui farlo. Il sistema di interrogazione deve essere abbastanza duttile da prevedere livelli diversi di specificazione e di ricerca.

I risultati vanno espressi chiaramente, in modo da rendere distinguibili i differenti elementi ritrovati di cui sono identificati i link, per ognuno di questi è prevista una breve descrizione che permette di individuare il significato della risorsa.

La navigazione tra i risultati deve essere semplice, non è sufficiente l'uso di bottoni del browser capaci di ottenere un cammino a ritroso e il ritorno alla lista. Una buona navigabilità si esplica tramite sistemi che permettono di procedere avanti e indietro in ogni momento, cioè che consentono di arrivare direttamente alla lista o di attraversarla direttamente per passare da un risultato all'altro.

Un ultimo ambito da considerare, dopo aver parlato di contenuti e navigazione, è il design. Con questo tema si conclude la trattazione dell'usabilità e sono definiti dei criteri riferiti: al testo e al carattere, all'impostazione della pagina, all'uso della grafica.

Il testo ed i caratteri utilizzati vanno valutati alla luce di due criteri: la leggibilità, gli standard.

Per ottenere la migliore leggibilità possibile non bisogna utilizzare caratteri con una grandezza inferiore a 10, se si rimane ad un livello inferiore vengono allungati i tempi di lettura. Per persone oltre i 65 anni di età è meglio ricorrere a 12 o a 14 punti.

I browser visualizzano automaticamente vari tipi di caratteri e di grandezza, ciò dipende dal tipo di browser, dalla specifica versione dello stesso, dal sistema operativo usato; tali caratteri per i computer PC sono Times New Roman e Arial, per MacIntosh sono Times e Helvetica; questa

indicazione è rilevante perché alcuni font (set di caratteri) sono preferibili ad altri per agevolare la lettura sullo schermo. Le lettere sono suddivise in grazie e non grazie; sulla carta stampata le grazie sono individuabili in maniera precisa, purtroppo lo schermo non ha la risoluzione adeguata per definire chiaramente i particolari, per questo la lettura sul monitor è più agevole per i caratteri senza grazie; non tutti i font sono riconosciuti allo stesso modo dai diversi software, per essere certi che i caratteri siano visualizzati come previsto è quindi bene scegliere specifici font che gli elaboratori già prevedono.

L'impostazione della pagina è esaminata tramite tre criteri: coerenza, efficienza, organizzazione spaziale.

Il mantenimento della coerenza permette all'utente di sviluppare delle abilità pratiche basate sulle aspettative apparse dopo la prima esperienza. Quando si usa per la prima volta un link la volta successiva ci si aspetta che rimanga invariato, con lo stesso significato e la stessa collocazione, se così non avviene l'utente dovrà sforzarsi di comprendere i nuovi strumenti che avranno caratteristiche diverse, questo significherà utilizzo di tempo e di attenzione, e comunque la comprensione non è garantita. Questo principio naturalmente vale anche per qualsiasi altro elemento usato o usabile dal navigatore.

Ogni pagina del sito deve essere efficiente, cioè deve essere in grado di favorire il più possibile l'analisi e l'uso delle informazioni. Spetta agli sviluppatori del sito prevedere il più comune uso che verrà fatto di ogni pagina e applicare design appropriato alla migliore fruizione possibile.

L'organizzazione dello spazio deve agevolare l'utente soprattutto nel campo della navigazione e dell'identificazione, tramite la visualizzazione in cima e nell'area sinistra dello schermo degli elementi utili per le due operazioni. L'uso di tabelle o immagini le cui dimensioni superano quelle del campo di visualizzazione va evitato, infatti sarebbero necessari barre orizzontali per lo scorrimento che spesso irritano i navigatori.

L'uso della grafica tiene conto di tre criteri: minimalismo, uso dei colori, formato dei file grafici.

L'atteggiamento minimalista permette di evitare l'inserimento di elementi inutili o raramente necessari, infatti la presenza di elementi poco significativi porta ad una diminuzione di visibilità di quelli veramente rilevanti.

Vanno scelti attentamente i colori dello sfondo e del testo, se i colori hanno tonalità troppo simili il contrasto è insufficiente per chi usa uno schermo monocromatico (bianco e nero) o per chi presenta difficoltà nella discriminazione cromatica. Testo e grafica devono essere comprensibili anche senza colore. Bisogna evitare l'uso di immagini per lo sfondo perché possono peggiorare la leggibilità.

I formati dei file grafici sono scelti dagli sviluppatori in base al risultato che si intendono ottenere, comunque bisogna usare i due formati principali nel Web: GIF (Graphic Interchange Format) e JPEG (Joint Photographic Experts Group). Una delle maggiori diversità è che il JPEG ha migliori capacità nel visualizzare colori e immagini fotografiche. Il PNG è un ulteriore formato disponibile dal 1995, ma viene spesso evitato perché poco trattabile dal browser. L'uso di queste diverse tipologie di formati permette la compressione delle immagini in modo che occupino poco spazio e che possano essere più rapidamente visualizzati dall'utente remoto.

L'utilizzo dei media è valutabile utilizzando tre criteri: controllo degli utenti, uso di animazioni, grandezza degli oggetti.

Agli utenti bisogna sempre garantire il controllo dei file utilizzabili, questo avviene con la messa a disposizione di comandi: "Play", "Pause/Resume", "Stop", "Rewind", "Fast Forward", "Volume". Se è utilizzato QuickTime (programma per riprodurre sia file musicali sia video) sono automaticamente proposte le possibilità di interazione sopra elencate, in casi diversi vanno allestiti appropriati sostituti che permettono lo stesso tipo di controllo.

L'animazione non deve essere troppo intrusiva e seccante, se ci sono troppi elementi animati la leggibilità e la possibilità di trovare le informazioni peggiorano. Più sono presenti animazioni, maggiore è il tempo occorrente allo scaricamento.

La quantità di informazioni da scaricare per ottenere la visualizzazione non deve essere quindi eccessiva. In qualsiasi caso l'utente prima dell'eventuale scaricamento va informato sui dati che possono influenzare la sua volontà di procedere: grandezza del file, tipo di medium, descrizione della materia trattata.

La questione dell'accessibilità nasce in relazione alle disabilità sensoriali e/o cognitive di alcuni navigatori, e relativamente a situazioni difficili di fruizione dovute a carenze tecnologiche o a particolari contesti di lavoro (per esempio in un ambiente rumoroso); è necessario quindi conoscere le necessità di utenti che hanno difficoltà visive, uditive, motorie o mancanza totale di una di queste abilità; anche l'uso di browser obsoleti, la mancanza di un mouse e aspetti del genere pongono ostacoli all'accessibilità. Il documento del W3C¹⁵ "The Web Content Accessibility Guidelines" propone delle regole ad uso dei progettatori e dei creatori che permettono di pubblicare contenuti Web accessibili, comprensibili e navigabili; in molti casi si ottengono miglioramenti per tutti gli utenti e non esclusivamente per le categorie svantaggiate; per esempio l'utilizzo di equivalenti testuali (tramite uso del comando "alt") per le immagini può essere utile anche per navigatori normalmente abili, e non solo per chi utilizza strumenti di sintesi vocali oppure braille.

Le raccomandazioni del W3C sono pubblicate per la prima volta il 5 maggio del 1999 e la loro redazione fa parte del WAI (Web Accessibility Initiative), un progetto che ha lo scopo di incoraggiare al rispetto dei requisiti che garantiscono l'accessibilità; queste linee guida riconoscono due principi: garantire una trasformazione elegante, rendere il contenuto comprensibile e navigabile. Le prime 11 linee guida riguardano l'eleganza della trasformazione, non dimenticando ovviamente i limiti posti dalla disabilità del navigatore o dalle tecnologie utilizzate. Per progettare pagine che rispettano questo primo punto è necessario: rendere svincolato il contenuto dalla struttura usata per rappresentarlo; fornire testi ed equivalenti testuali, in quanto quasi tutti i browser e i dispositivi ad essi collegati riescono a rendere questa tipologia di informazioni in una

¹⁵W3C "Web Content Accessibility Guidelines 1.0", <http://www.w3.org/TR/WCAG/>, ultima consultazione: 10/02/2005; W3C "Linee guida per l'accessibilità ai contenuti Web. Raccomandazioni del W3C del 5 maggio 1999", <http://www.aib.it/aib/cwai/WAI-trad.htm>, ultima consultazione: 10/02/2005.

forma comprensibile da utenti gravati da limitazioni; creare documenti fruibili anche per l'utente non vedente e/o sordo, il fatto che questo tipo di navigatore di solito usa dispositivi per la lettura dello schermo esclude l'obbligo di presentare una registrazione audio equivalente all'intero sito; infine bisogna che il documento creato sia indipendente da un hardware particolare (le pagine dovrebbero essere utilizzabili anche senza mouse, con schermi a bassa definizione, oppure in bianco e nero ecc.).

Rendere il contenuto comprensibile e navigabile è un obiettivo degli sviluppatori dei contenuti ed occupa le ultime due linee guida, è necessario usare un linguaggio chiaro e semplice, mettere a disposizione strumenti facili da comprendere e utilizzare per la navigazione interna. Non tutti gli utenti hanno la capacità della vista, questo vuol dire che gli elementi grafici, per esempio la barra di scorrimento, che sono visualizzati tramite i normali browser, non sono fruibili in altri contesti. I sistemi di sintesi vocale e i display braille accedono ad una pagina per volta, limitazioni ci sono anche nel caso in cui lo schermo è molto piccolo o l'immagine viene molto ingrandita, infatti l'accesso è possibile solo sezione per sezione; in situazioni del genere è difficile se non impossibile a volte contestualizzare l'informazione senza un sistema di orientamento particolare, quindi tabelle di grandi dimensioni, menù, elenchi e simili sarebbero inservibili ed incomprensibili senza aiuti adeguati.

Le linee guida sono 14 e ognuna prevede dei punti di controllo, cioè indicazioni che consentono concretamente di verificare su un sito l'applicazione di quel particolare principio. Ogni elemento utilizzato per il controllo prevede un livello di priorità: livello 1 (requisito base), livello 2 (requisito cui sarebbe bene conformarsi per abbattere barriere significative), livello 3 (requisito che potrebbe essere considerato per migliorare l'accesso ai documenti). Un sito che voglia accogliere le linee guida deve come minimo accettare il livello di conformità A, cioè rispettare i punti con priorità 1. La risorsa che intende presentarsi in modo più perfezionato prevederà il livello "Doppia-A", cioè il rispetto dei punti con priorità 1 e 2. Il massimo livello è raggiunto dal sito che non trascurerà neppure i punti con la priorità più bassa, cioè 3; in questa condizione raggiunge la "Tripla-A".

Le linee guida sono le seguenti: 1- fornire alternative equivalenti al contenuto audio e video, 2- non fare affidamento sul solo colore, 3- usare marcatori e fogli di stile, farlo nel modo appropriato, 4- chiarire l'uso di linguaggi naturali, 5- creare tabelle che si trasformino in maniera elegante, 6- assicurarsi che le pagine che danno spazio a nuove tecnologie si trasformino in maniera elegante, 7- assicurarsi che l'utente possa tenere sotto controllo i cambiamenti di contenuto nel corso del tempo, 8- assicurare l'accessibilità diretta delle interfacce utente incorporate, 9- progettare per garantire l'indipendenza da dispositivo, 10- usare soluzioni provvisorie, 11- usare le tecnologie e le raccomandazioni del W3C, 12- fornire informazioni per la contestualizzazione e per l'orientamento, 13- fornire chiari meccanismi di navigazione, 14- assicurarsi che i documenti siano chiari e semplici.

Andiamo ora più nel dettaglio ad analizzare ogni punto:

1- fornire un contenuto che ha lo stesso scopo e uguali funzioni rispetto al contenuto audio e video, un esempio pratico è l'uso del comando ALT previsto dal linguaggio HTML per contraddistinguere la stringa di testo alternativa alle immagini.

2- Assicurarsi che il testo e l'informazione grafica siano comprensibili anche senza ricorrere al colore, c'è da tenere in conto che non tutti sanno distinguere bene i colori (per esempio i daltonici hanno delle deficienze) e comunque esistono anche monitor in bianco e nero. Se i colori dello sfondo e quelli degli oggetti in primo piano sono troppo simili potrebbe crearsi un contrasto insufficiente nel caso di monitor monocromatici o di utenti con disabilità percettive sul colore.

3- I marcatori e i fogli di stile vanno utilizzati coerentemente alla loro destinazione, per esempio non bisogna usare un comando destinato alle intestazioni per cambiare la dimensione dei caratteri. Un impiego non corretto può rendere per alcuni software difficile la comprensione dell'organizzazione della pagina e la navigazione all'interno di essa. Bisogna evitare di stravolgere l'uso prescritto anche se così si vogliono ottenere risorse leggibili da browser obsoleti, inoltre è sbagliato omettere marcatori appropriati anche se alcune tipologie di browser o applicazioni ad essi destinate possono non leggerle correttamente.

4- Usare marcatori che facilitano la pronuncia o l'interpretazione di testi stranieri, acronimi o abbreviazioni permette di evitare che cambiamenti di lingua ed abbreviazioni diventino indecifrabili per dispositivi di sintesi vocale e di quelli braille. Gli sviluppatori dovrebbero contraddistinguere i cambiamenti del linguaggio naturale e identificare quello principale, inoltre sarebbe bene che sciogliessero sigle ed abbreviazioni.

5- Le tabelle si trasformano con eleganza se i marcatori sono utilizzati adeguatamente, questo aspetto riguarda tutti coloro che hanno accesso a documenti tabellari tramite ausili audio (un lettore per schermo ne è un esempio) o che fruiscono della pagina solo una sezione per volta (utenti dotati di monitor di dimensioni ridotte oppure che necessitano di sintesi vocale o display braille ecc.).

6- Le pagine devono essere accessibili non solo ai browser più recenti utilizzati al massimo delle loro possibilità, ma anche quando le tecnologie usate sono più vecchie, ed anche tutte le volte che il navigatore decide di disabilitare alcune funzioni indipendentemente dall'obsolescenza degli strumenti.

7- Oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli, in dissolvimento devono essere arrestabili temporaneamente o definitivamente; alcuni navigatori sono incapaci di leggere ed interagire velocemente, di questo gli sviluppatori devono rendersi conto. I lettori di schermo sono incapaci di leggere testi in movimento, sarebbero invece auspicabili interpreti più raffinati, cioè dispositivi in grado di interpretare meglio le varie caratteristiche della pagina.

8- L'interfaccia propria del sito deve rispettare il principio dell'accessibilità, cioè permettere l'accesso alle diverse funzionalità indipendentemente dai dispositivi utilizzati, offrire la possibilità di operare tramite tastiera o attraverso comandi vocali, e così via.

9- L'indipendenza da dispositivo è garantita in fase di progettazione se è prevista per l'utente la possibilità di interagire con l'interprete o con il documento tramite il dispositivo scelto; si tratta di permettere la fruizione di un sito in tutti i suoi aspetti, anche per colui che usa mouse, tastiera,

voce, bacchette collegate alla testa oppure altro; ogni funzionalità deve prevedere non uno solo ma più dispositivi in grado che controllarla.

10- L'uso di soluzioni provvisorie ha per oggetto alcune caratteristiche dei siti, cioè quelle che rendono difficile il lavoro degli interpreti e dei browser obsoleti. Questo aspetto è ritenuto necessario al momento della pubblicazione (nel 1999), però solo transitoriamente, fino al momento in cui lo sviluppo della tecnologia risolverà questa questione.

11- Si consiglia vivamente l'uso delle tecnologie e l'applicazione dei consigli presentati dal W3C. I sistemi tecnologici proposti danno la possibilità di essere usati nel rispetto del principio di usabilità, anche i consigli indicati sono coerenti con questo valore; entrambi godono del consenso dell'industria di settore. Molti formati non previsti del W3C non sono comprensibili se non tramite applicazioni autonome, quindi gli interpreti standard che ne sono privi sono incapaci di accedere all'informazione. Nel caso in cui non sia possibile utilizzare una tecnologia prevista, oppure se nell'usarla non si ottiene una trasformazione elegante del materiale, bisogna offrire una versione alternativa accessibile.

12- Se la pagina si compone di molti elementi che presentano un rapporto complesso tra loro (per esempio una tabella) gli utenti con invalidità cognitive o visive potrebbero essere ostacolati, parzialmente o totalmente, nella comprensione dei contenuti. Informazioni per l'orientamento e la contestualizzazione sono utili non solo per navigatori svantaggiati ma pure per utenti normodotati.

13- In generale qualsiasi tipologia di utente trae profitto da sistemi di navigazione chiari e coerenti, questo vale ancora di più nel caso di utenti disabili. Se esiste una mappa del sito, se ci sono barre di navigazione funzionali e strumenti del genere è più probabile per il navigatore trovare ciò che cerca.

14- L'uso di un linguaggio chiaro e semplice facilita la comunicazione dei contenuti, specie per colui che presenta carenze a livello cognitivo o di apprendimento, oppure non ha un'eccellente

padronanza della lingua in cui il documento viene espresso; si tratta di adoperare una comunicazione scritta comprensibile, una disposizione coerente della pagina, una grafica riconoscibile e prevedibile.