

Magda Paolillo

# Fondamenti di web-writing



Collana  
**Pillolibri**

Lulu Edizioni

**Magda Paolillo**

# **Fondamenti di web-writing**

**Poche e sane regole per produrre contenuti adatti al Web**

Collana  
**Pillolibri**®

Lulu edizioni

# Fondamenti di web-writing

Poche e sane regole per produrre contenuti adatti al Web

Collana  
**Pillolibri**®

Autore: Magda Paolillo

Finito di scrivere nel mese di Febbraio 2009

Pubblicato da Lulu.com

Collana "Pillolibri©"

Copyright © Davide Vasta

Sito Web: [www.davidevasta.biz](http://www.davidevasta.biz)

Email: [mail@davidevasta.biz](mailto:mail@davidevasta.biz)

Realizzazione editoriale, progetto grafico, impaginazione: Davide Vasta

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta con sistemi elettronici meccanici o altri, senza l'autorizzazione scritta dell'Autore.

# Chi, cosa e come legge sul web

I potenziali lettori di una pagina web sono in **tutto il mondo**. Il web ha **eliminato barriere** di spazio e di tempo. Inoltre oggi chiunque può affacciarsi sul web senza temere limiti di competenze informatiche, grazie alla facilità di utilizzo di piattaforme e motori di ricerca, né limiti di lingua, grazie ai traduttori online.

**Siamo tutti redattori:** chiunque può scrivere di qualsiasi argomento, senza alcun controllo o vincolo.

Fino a ieri c'era il deterrente della costruzione di un sito web (costo del dominio, del server e del tecnico); ora, invece, con la diffusione del blog anche queste barriere sono state abbattute.

Le pagine web di esperti o presunti tali, di diari, di prodotti, di informazione in generale si sono moltiplicate esponenzialmente assumendo le più svariate forme e popolandosi dei contenuti più fantasiosi.

Ma il web è il regno della **concretezza** e della **concisione**. L'utente medio cerca una cosa specifica e la cerca in maniera frenetica e impulsiva. Non legge le pagine che apre, ma le scorre alla ricerca di frasi o parole che attirino la sua attenzione. Se entro 30 secondi non ha trovato ciò che cerca, cambia pagina o sito. Se a ciò si aggiunge il fatto che la lettura a monitor è più **faticosa** rispetto a quella su carta e che la risoluzione più bassa rallenta la lettura del 25% (fonte: Jakob Nielsen), allora risulta chiaro che il lettore va attirato, in prima battuta, visivamente. Ma attenzione!

L'espedito grafico è solo uno strumento per catturare l'utente e invitarlo a

leggere i contenuti che offriamo. Se questi contenuti sono inconsistenti, poco chiari o sgrammaticati, perderemo la sua **fiducia**. Il lettore abbandonerà il nostro sito e non lo rivedremo più.

## Il colpo d'occhio

**Testo e grafica** vanno sempre concepiti insieme. Il testo, con la sua formattazione, ha una sua valenza grafica e di immagine. La grafica, a sua volta, può fornire importanti informazioni aggiuntive sul testo contenuto nella pagina, per esempio un particolare colore o un particolare elemento grafico possono associare la pagina a determinati contenuti.

Anche il vuoto e lo spazio bianco acquistano la loro importanza. La pagina web è prima di tutto una mappa visiva in cui il lettore cerca di capire a colpo d'occhio se c'è qualcosa che gli interessa. Gli spazi vuoti fanno risaltare il testo, non sono buchi da riempire necessariamente!

Si possono adottare alcuni espedienti visivi per favorire la lettura e la comprensione del testo:

- **Usare periodi corti** e andare frequentemente a capo aiuta a evitare l'effetto "blocco di testo insormontabile" e difficile da leggere
- In caso di **articoli lunghi**, meglio affrontarli in più ripetizioni: dividere in paragrafi o affrontare il tema in più articoli ne agevola la comprensione e aiuta a memorizzare il contenuto della pagina

- **Evidenziare le parole chiave** con un grassetto aiuta a intuire il contenuto della pagina a colpo d'occhio; il corsivo rischia creare problemi di lettura poiché il monitor, composto da pixel orizzontali e verticali, non rende bene i caratteri disposti in diagonale; il sottolineato, per convenzione, indica un link; pertanto, per dare enfasi, corsivo e sottolineato non sono indicati
- Come per la carta stampata, è **sconsigliato utilizzare una colonna di testo troppo larga**, perché gli occhi faticano a mantenersi su una riga lunga
- Favorire gli **elenchi puntati** aiuta il colpo d'occhio e fa risparmiare aggettivi e avverbi che, seppur aiutano a rendere scorrevole la lettura, non arricchiscono il concetto
- Usare **colori** che assicurino un buon **contrasto** rende la lettura, più comoda e aiuta a non sforzare gli occhi
- Usare un **carattere tipografico standard**: ghirigori e caratteri speciali affaticano la lettura e sono fastidiosi già a prima vista, oltre a creare inconvenienti visivi a quegli utenti che non dispongono di una particolare font
- Mantenere una **stessa struttura** per temi o argomenti simili in modo da favorirne già a colpo d'occhio la comprensione sommaria del contenuto

## Consigli pratici

I caratteri più diffusi sono:

- Il **Times new roman** e il **Times** (per Mac), usati molto in stampa, con le grazie che aiutano la lettura
- Il **Georgia**, carattere con le grazie creato appositamente per il monitor, con una buona resa anche del corsivo
- L'**Arial**, l'**Helvetica** (per Mac), il **Verdana** e il **Tahoma**, senza grazie, più leggibili su monitor specialmente con caratteri di dimensioni piccole
- Il **Courier**, carattere con grazie monospaziato, che ricorda la macchina da scrivere
- Il **Comic sans MS**, carattere senza grazie informale e friendly

I **caratteri neri su sfondo bianco** offrono il contrasto migliore. Il bianco su nero, sebbene più elegante e dal sapore tecnologico, è cupo e poco leggibile, soprattutto per caratteri di dimensioni piccole. Altri abbinamenti vanno valutati in base all'impatto emotivo che possono trasmettere, facendo sempre attenzione a dare un buon contrasto anche per daltonici e discromatici.

Ti sono piaciute le prime pagine  
di questo ebook?

se compri due Ebook....

**ne hai un altro in regalo!**  
**si, si hai capito bene!**

La procedura è molto semplice: **acquista i tuoi Ebook con PayPal** e inserisci nella maschera di acquisto (dove trovi la dicitura “Richiedi il tuo Ebook in regalo!”) il titolo del Pillolibro che vuoi in regalo.

Riceverai in seguito una email con i link per scaricare sia i Pillolibri che hai acquistato, sia quelli in regalo!

Tutto qui! Più semplice a dirsi che a farsi!

**Allora... che aspetti?? :-)**