

## Una questione di stile

### *Pillole di web design e dintorni per non addetti ai lavori (2ª parte)*

di Daniela Dell'Aquila

*Perché un sito web non è fatto solo di grafica, anzi...*

Nota: anche questa breve guida è stata pubblicata su [www.dols.net](http://www.dols.net) nell'estate del 2001.

#### 1. La bella e la brutta

---

Vi siete mai accorti che mamme, nonne e zie esperte spesso guardano il rovescio di maglioni e ricami? Lo fanno per valutare la **qualità della fattura**.

Allo stesso modo, gli addetti ai lavori (programmatori, web designer e chiunque sia alfabetizzato a sufficienza) spesso guardano il **codice delle pagine web**: per capire la ragione di un errore di visualizzazione, o magari per scoprire come è stato realizzato un certo effetto o ancora con che programma è stata disegnata la pagina o il nome dell'autore o tutta quella miriade di informazioni che è racchiusa nel codice di una pagina web!

Guardando il codice si vede anche la **cura** con cui è realizzata una pagina, se gli script usati sono stati brutalmente copiati, se il codice è stato ripulito o meno da tag inutili che inseriscono automaticamente i vari programmi, se, per esempio, il meta tag della descrizione del sito è stato diligentemente completato o è rimasto quello generico attribuito dal programma (le pagine costruite con Fireworks conservano spesso un fastidioso tag di descrizione sito che dice pressappoco: "questa pagina è stata realizzata con Fireworks").

Alcuni motori di ricerca utilizzano automaticamente quel tag per fornire la descrizione del sito: ed ecco che la sciatteria del web master o dell'accatiemmellista, oltre a essere resa visibile, diventa causa di **penalizzazione del sito**: perché l'utente dovrebbe andare a vedere un sito che ha una descrizione così insulsa?

#### 2. Scrivere bene

---

Torniamo sull'argomento testi. Fioriscono a ritmo crescente corsi e master di **scrittura per il web**. Il web richiede uno stile diverso, un approccio nuovo alla scrittura - si affer-

ma. Vero: leggere al monitor è stancante, come si è già detto, ed è necessario mantenere desta l'attenzione del lettore. Ma questo non deve farci dimenticare un requisito fondamentale comune ai testi cartacei: la **correttezza linguistica**.

È vero che il web è immediato e rimediabile (a differenza di un prodotto a stampa, l'errore si può sempre correggere) ma la pessima abitudine di buttare on line testi pieni di refusi non giova alla qualità complessiva del prodotto (nel nostro caso, il sito) nonché alla sua immagine.

Oltre a ciò si aggiunge che chi scrive testi per il web non sempre ha l'esperienza e le competenze linguistiche di un redattore e gli strafalcioni sono all'ordine del giorno. Naturalmente, qualche sporadico **errore di battitura** è fisiologico, persino nei testi a stampa, e non si pretende certo che i siti siano redatti da un Nobel per la Letteratura! Basterebbe semplicemente **rileggere**, controllare la **punteggiatura**, imparare a usare correttamente la spaziatura, per ripulire i testi dagli errori più grossolani.

Che dire poi del dilagare dell'**inglese** non sempre usato con cognizione di causa (o meglio: di grammatica)?

C'è per esempio chi si dichiara "web design", invece di web designer: come se Mario Rossi, sul suo biglietto da visita, scrivesse: dott. Mario Rossi - Architettura (invece di Architetto).

E chi, invece, crea una versione inglese del proprio sito affidandosi a traduttori automatici (con effetti esilaranti per il lettore che un po' d'inglese lo mastica!) o a vaghe reminiscenze scolastiche (con risultati tragicomici).