

## **Nuove prospettive nell'evoluzione del concetto di usabilità**

Mario Rotta  
Università di Firenze  
e-mail: [mrxibis@yahoo.it](mailto:mrxibis@yahoo.it)

---

*Partendo dalla constatazione che le regole elementari dell'usabilità sono spesso ignorate in molte risorse Internet, si allarga il concetto di usabilità ad altri piani, non strettamente legati al design dei siti ma piuttosto all'uso che gli utenti fanno della risorsa in determinati contesti o all'uso che possono fare di Internet come "spazio sociale".*

---

Il concetto di usabilità è talora associato ad altri elementi di valutazione della qualità del design di un artefatto tecnologico, in realtà complementari. Di solito, ad esempio, usabilità è associato, talora confuso, con ergonomia e con accessibilità. Va chiarito che ergonomia, accessibilità e usabilità non sono sinonimi, soprattutto quando se ne parla in relazione ad artefatti con implicazioni prevalentemente cognitive, come le risorse Internet.

- Ergonomia significa soprattutto progettare un artefatto intrinsecamente funzionale in relazione alla sua destinazione. Ad esempio un sito attraverso cui si erogano servizi (una banca, uno sportello informativo...) è ergonomico nel momento in cui tiene conto soprattutto dell'efficacia e della funzionalità tecnica degli strumenti a disposizione degli utenti (motori di ricerca, indici...), ma questo non significa che sia anche complessivamente usabile.
- Accessibilità significa progettare un artefatto che possa essere utilizzato da tutti, nel caso dei siti Internet anche da coloro che sono costretti a usare periferiche specifiche, browser particolari o specifici software di supporto. Anche in questo caso, per quanto l'accessibilità sia un elemento dell'usabilità, si può affermare che non è un requisito sufficiente.
- Usabilità significa invece, più in generale, mettere l'utente al centro del processo di analisi e sviluppo dell'artefatto e tenere quindi conto della diversità delle sue esigenze specifiche, dalle diverse modalità d'uso dell'artefatto in un contesto allo "stile" personale con cui ciascuno si appropria dell'artefatto stesso. Un artefatto, un sito, una risorsa Internet, sono quindi "usabili" quando rispettano in modo flessibile il bisogno degli utenti di usufruire dei contenuti erogati in modo semplice e proficuo o di "usare" la risorsa secondo determinate modalità.

Per quello che riguarda le risorse Internet e i siti, particolarmente quelli di tipo educativo, si può affermare che il termine "usabilità" è quindi il più adatto a circoscrivere la natura del problema: analizzare siti e risorse solo sul piano strettamente ergonomico, infatti, sarebbe riduttivo, mentre limitarsi a porre la questione dell'accessibilità vorrebbe dire non tenere conto di tutte le molteplici e complesse istanze che dovrebbero ispirare la progettazione di siti e risorse orientati agli utenti.

Sulle problematiche dell'usabilità si è aperto da tempo un ampio dibattito, anche se resta ancora molto da fare. Il vangelo dell'usabilità per quello che riguarda i siti Internet è e resta "Web Usability", di Jakob Nielsen. Com'è noto, secondo Nielsen, le cose da fare o non fare quando per realizzare un buon sito Internet sono 10... un po' come i comandamenti. Per quanto molti designer dichiarino di ispirarsi alle linee guida del "guru", alcune delle regole auree di Nielsen sono ancora quasi sistematicamente ignorate in molti siti, soprattutto di tipo educational. In particolare:

- si continua ad abusare dei "frames", rendendo difficoltose soprattutto la stampa delle pagine e la memorizzazione dei segnalibri o dei preferiti;
- si abusa degli effetti speciali e prevale ancora in molti siti il cosiddetto "effetto Las Vegas" (Postai). Anche l'uso della tecnologia Flash in molti siti è spesso gratuito;
- si continuano a vedere molte "pagine orfane", un problema reale, considerando che in assenza di riferimenti valutare la qualità di un contenuto può risultare più difficile;
- si pubblicano pagine troppo lunghe e informazioni pesanti da scaricare;
- non si imposta quasi mai una seria politica di mantenimento del sito, che in breve tempo risulta poco aggiornato.

Riferimenti:

Nielsen, Useit.com

<http://www.useit.com/>

Il rischio attuale è che si diffonda tra i Webmaster, alla stregua di una moda, l'abitudine a riconsiderare i siti o dal punto di vista dell'accessibilità o dal punto di vista dell'usabilità, dimenticando che c'è comunque una relazione tra i due approcci: in particolare, si può rendere un sito formalmente accessibile, ma questo non significa che sia usabile, così come è vero il contrario. Per contro, va valutato anche il rischio di una reazione negativa alle sollecitazioni in tema di usabilità e accessibilità in nome di una presunta e non meglio identificata creatività degli stessi Webmaster. Quest'ultimo rischio è peraltro notevolmente aumentato da quando Franco "Bifo" Berardi, in un articolo pubblicato sul sito di "Mediamente", ha aperto una polemica sull'usabilità "reazionaria", sottoponendo a critica le opinioni di Jakob Nielsen. Berardi, in sintesi, ha detto di temere che estremizzando la ricerca dell'usabilità la rete possa diventare "un supermercato in cui la bellezza e l'intelligenza sono vietate". La polemica ha il merito di intuire che l'usabilità va messa in relazione con l'uso che si può fare di uno "spazio" su Internet, uso che è sicuramente molto più variegato di quanto non lascino intendere le tracce di Nielsen. Ha però subito provocato reazioni interessate di tanti Webmaster, che, forti di questo "appiglio" ideologico, hanno cominciato a rivendicare il diritto di pubblicare pagine ricche di grafica e animazioni e non necessariamente di contenuti utili o usabili.

Riferimenti:

Berardi, Dissociare il webdesign dall'usabilità

<http://www.mediamente.rai.it/divenirerete/010302/>

Santucci, L'usabilità è reazionaria?

<http://www.apogeeonline.com/webzine/2001/01/09/01/200101090101>

Va detto che la visione di Nielsen non aiuta a sciogliere questo e altri nodi: le ipotesi del guru americano al problema dell'usabilità prendono infatti in considerazione solo tre piani di un problema ben più ampio:

- il piano tecnico;
- il piano grafico-percettivo-comunicativo;
- il piano semantico-strutturale.

Considerare solo questi piani significa considerare ancora una volta soprattutto il punto di vista del designer, anche se in realtà si cerca di praticare un design "user oriented".

Sul piano tecnico l'attenzione all'usabilità si concentra ancora sulla relazione tra funzione e funzionalità: un coltello interpreta bene la sua funzione se è affilato, ma la sua funzionalità dipende da come è costruito il manico. Il problema è che un sito

Internet non ha necessariamente una sola funzione, né può essere usato solo in un modo. I termini generali della questione andrebbero sostanzialmente ripensati.

La relazione tra bellezza e utilità, a sua volta, fa parte in generale del dibattito sul design moderno, con particolare riferimento agli oggetti materiali. Si ruota ancora attorno all'idea che un qualsiasi "oggetto" possa essere:

- bello e utile
- bello e inutile
- brutto e utile
- brutto e inutile

Ma è difficile pensare ad una sorta di estetica univoca del Web: la bellezza di un sito dipende dalla sua funzione e la sua funzione ne definisce l'aspetto. Un sito Internet, inoltre, non è un oggetto materiale ma uno "spazio" immateriale. Anche in questo caso, quindi, i termini del problema non sono sufficienti a definire con esattezza il campo d'azione del design "user oriented".

Sul piano semantico-strutturale, infine, l'attenzione a ciò che è "usabile" è costantemente puntata sulla semplicità. Il problema, però, è stabilire il confine tra semplice e banale. Quando un sito può dire di aver conquistato la semplicità e quando, invece, la semplicità apparente nasconde poche idee e pochi contenuti? Bisogna sempre cercare di cercare l'effetto *smart* a tutti i costi? Siamo sicuri che in ambiente Internet sia questa la soluzione giusta?

Dobbiamo quindi cominciare a valutare altre ipotesi e a prendere in considerazione anche altri punti di vista. Il concetto di usabilità è in evoluzione e bisogna cercare di individuare almeno altri tre piani che varrebbe la pena approfondire quando si parla di usabilità, piani le cui implicazioni sono legate anche al problema dell'accessibilità:

- il piano dell'ergonomia cognitiva.
- il piano della chiarezza espositiva e dell'efficacia comunicativa rispetto ai contenuti;
- il piano dell'ecologia dell'interazione all'interno della comunità che utilizza spazi e risorse Web.

Più in generale, si può dire che si è aperto finalmente un dibattito sul concetto di usabilità e sulla sua espansione verso nuove istanze, in gran parte legate all'aumento della complessità del Web rispetto al momento in cui Nielsen elabora le sue prime linee guida.

Riferimenti:

Mediamente, Forum sull'usabilità

<http://www.mediamente.rai.it/divenirerete/010302/commenti.asp>

Gamberini e Valentini, Web Usability Today: Theories, Approach and Methods  
In "Towards CyberPsychology: Mind, Cognitions and Society in the Internet Age", a cura di Riva e Galimberti, Amsterdam, IOS Press, 2001.

Un designer attento dovrebbe considerare il problema dell'ergonomia cognitiva. Il concetto di ergonomia cognitiva nella progettazione di un sito Internet o nell'allestimento di una risorsa Web si può definire come il coinvolgimento attivo dell'utente in ciò che usa e fa proprio. Già Ted Nelson fa riferimento all'intrinseco bisogno di qualsiasi artefatto cognitivo di proporsi ai suoi utenti specifici come intuitivo, semplice, come qualcosa di cui appropriarsi. Don Norman ("Le cose che ci fanno intelligenti") affronta il

problema in modo più aperto, ricordandoci che un buon artefatto con implicazioni cognitive dovrebbe rispettare alcune caratteristiche:

- essere interattivo e fornire notevoli informazioni di ritorno;
- avere obiettivi specifici e procedure stabilite;
- essere motivante;
- comunicare una continua sensazione di sfida;
- dare la sensazione di un coinvolgimento diretto;
- fornire strumenti appropriati al compito ed all'utente;
- evitare fattori di disturbo che interrompano il flusso esperenziale.

Se riflettiamo, anche superficialmente, su questi suggerimenti, ci rendiamo conto che non sono molti i siti Internet in cui è possibile trovare traccia di questi elementi.

Riferimenti:

Don Norman Home Page

<http://www.jnd.org/>

Nielsen Norman Group

<http://www.nngroup.com/>

Norman, Things That Make us Smart: Defending Human Attributes in the Age of the Machine, 1993, Cambridge, MA: Perseus Publishing (ed.ital. "Le cose che ci fanno intelligenti, Milano, Feltrinelli, 1995).

La chiarezza espositiva e la ricerca di nuove modalità nella "scrittura per il Web" sono anch'esse percepite, ormai, come un elemento essenziale dell'usabilità di un sito. Gli studi in questa direzione prendono spunto da un noto articolo dello stesso Nielsen, "How Users Read on the Web". Ma solo da poco si sta cominciando ad affrontare sistematicamente il problema di come "scrivere in Internet". La scrittura e la scrittura multimediale in Internet pongono di fronte a problematiche nuove. Il problema è generale e investe tutte le dimensioni del fenomeno: si dovrà cominciare a considerare una maggiore chiarezza nell'esposizione dei contenuti come uno dei principi dell'usabilità. Esempi di scarsa chiarezza sono comuni: ad esempio il linguaggio tecnico nei siti istituzionali o di servizio. È significativo che anche a livello normativo siano state emanate specifiche circolari per indicare ad esempio ai responsabili dei siti della pubblica amministrazione le strategie da seguire per rendere più chiari i contenuti e più efficace la comunicazione. I siti di questo tipo, spesso, soffrono invece per la presenza di un linguaggio oscuro, burocratico o eccessivamente tecnico. Non sono usabili, e si può dire che - rendendo difficoltosa per qualunque utente la comprensione delle informazioni - è superfluo che siano tecnicamente accessibili come impongono le circolari dell'AIPA.

Riferimenti:

Jakob Nielsen, Be Succinct! (Writing for the Web)

<http://www.useit.com/papers/webwriting/rewriting.html>

Jakob Nielsen, How Users Read on the Web

<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>

Carrada e altri, Il mestiere di scrivere

<http://www.mestierediscrivere.com>

Bisogna infine cominciare a elaborare strategie per gestire efficacemente le interazioni in atto in un sito tra i soggetti che lo "abitano" in quanto spazio. In molti siti aumentano i servizi interattivi, sia quelli orientati alla comunicazione interpersonale (forum, chatting...) che quelli orientati alla personalizzazione dei contenuti (agenti intelligenti,

servizi di orientamento...). Si sta riflettendo a sufficienza sull'usabilità di questi servizi? Il problema riguarda l'ecologia dell'interazione e quindi la gestione del sito, ma ha anche implicazioni nel design. Un forum non moderato è davvero "usabile"? Un servizio di orientamento allo studio in un sito scolastico, così come è attualmente impostato, aiuta l'utente? O lo confonde? Infine, quanti di questi ambienti o strumenti interattivi rispondono a requisiti anche minimi di accessibilità? Il rischio è che i forum o le aree di chatting in molti siti siano considerati come semplici gadget, dimenticando che lo strumento in sé non serve a nulla se non si imposta una corretta politica per la sua gestione. Ma non è solo un problema di gestione, il problema è che si continua a ignorare che gli utenti non sono una statistica, un "target" per la comunicazione: nel momento in cui interagiscono all'interno di uno spazio Web essi diventano una comunità che coscientemente o meno si pone degli obiettivi e si assegna dei compiti, elaborando regole, vincoli, strategie. Un sito o una risorsa, quindi, dovrebbero in qualche modo evolversi in base ai suggerimenti provenienti dalla comunità nel suo complesso, adattarsi, perfezionarsi (Preece) grazie all'azione di continuo "collaudo" che la stessa comunità garantisce appropriandosi del sito in quanto spazio di interazione: nel concetto "classico" di usabilità non c'è nulla che vada in questa direzione, ma vari segnali indicano che questi aspetti cominciano ad attirare l'attenzione dei designer.

Riferimenti:

Preece, Comunità online. Progettare l'usabilità, promuovere la socialità, Milano, Wiley-Tecniche Nuove, 2001.

## Scheda per la valutazione critica dell'usabilità di un sito Internet

L'esercizio consiste nell'analizzare alcuni siti di diverse tipologie e che presuppongono intenti di usabilità diversi.

3 siti istituzionali <a href="http://www.istruzione.it">http://www.istruzione.it</a> <a href="http://www.governo.it">http://www.governo.it</a> <a href="http://www.finanze.it">http://www.finanze.it</a>	3 siti di servizi pubblici <a href="http://www.paginegialle.it/">http://www.paginegialle.it/</a> <a href="http://orario.fs-on-line.com">http://orario.fs-on-line.com</a> <a href="http://www.poste.it">http://www.poste.it</a>	3 portali <a href="http://www.supereva.it">http://www.supereva.it</a> <a href="http://www.kataweb.it">http://www.kataweb.it</a> <a href="http://www.clarence.com">http://www.clarence.com</a>
3 siti culturali <a href="http://arte.tiscali.it/">http://arte.tiscali.it/</a> <a href="http://www.thais.it/">http://www.thais.it/</a> <a href="http://www.liberliber.it/">http://www.liberliber.it/</a>	3 siti didattici <a href="http://www.studenti.it">http://www.studenti.it</a> <a href="http://www.scintille.it">http://www.scintille.it</a> <a href="http://www.didaweb.net">http://www.didaweb.net</a>	3 siti commerciali <a href="http://www.chl.it">http://www.chl.it</a> <a href="http://www.banca121.com">http://www.banca121.com</a> <a href="http://www.mediaworld.it">http://www.mediaworld.it</a>

<b>Sito:</b>										
	Punti di forza					Punti di debolezza				
• Sul piano tecnico										
• Sul piano grafico-percettivo-comunicativo										
• Sul piano semantico-strutturale										
• Sul piano dell'ergonomia cognitiva										
• Sul piano della chiarezza dei contenuti										
• Sul piano dell'ecologia dell'interazione										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eventuali violazioni alle regole auree di Nielsen riscontrate nel sito										

Provate anche a ridisegnare la Home Page del sito analizzato sulla base di principi essenziali di ergonomia cognitiva (attenzione alla semplicità d'uso da parte di utenti-tipo), di chiarezza espositiva (attenzione al linguaggio) e ecologia dell'interazione (attenzione alle esigenze della comunità che "abita" il sito).