

Logica & dintorni

dissertazione oziosa di Riccardo Capellini sui rapporti tra logica e web

Settembre 2005

Introduzione

“Logica è ciò che permette di ottenere nuove conoscenze a partire da conoscenze date senza la necessità di ulteriori conoscenze”

“conoscenza, etimologicamente derivata da cum e scio, cioè sapere assieme, indica la condivisione di quello che si sa”

Il professor Giovanni Sambin, ordinario di logica all'università di Padova, ha sviluppato questi concetti nelle sue lezioni introduttive alla logica e mi sono sembrate molto significative e adatte al mio discorso.

Queste due definizioni ci possono essere utili in ogni occasione ma, per quanto ci riguarda, in modo particolare quando progettiamo un sito web.

Dobbiamo avere sempre presente il fatto che l'utente non potrà avere da noi nessun'altra informazione al di fuori di quello che gli presenta la pagina, e che ogni altra conoscenza gli è fornita solo da quello che possiamo ritenere consolidato nella conoscenza comune, la “conoscenza” appunto.

Possiamo fare un breve elenco di queste ultime possibili informazioni disponibili a tutti gli utenti:

- le parole sottolineate che rimandano, di solito, ad un'altra pagina con una spiegazione o un ampliamento dei concetti che esprime la parola stessa (il link)
- le frecce di varia forma che indicano un movimento di avanti e indietro ormai consolidati dall'uso dei registratori
- l'indicatore del mouse che diventa mano per indicare la possibilità di un'operazione
- i pulsanti che servono a compiere un'azione.

Non è chiaro, in quest'ultimo caso, se l'utente percepisce la differenza tra un pulsante ed un link, differenza che è soprattutto di carattere tecnico, in quanto un link dovrebbe rinviare semplicemente ad un'altra pagina, mentre un pulsante dovrebbe inviare dei dati che noi abbiamo inserito.

Da un punto di vista tecnico la distinzione è pure difficile perché anche con un link inviamo, anche se non inseriti da noi, dei dati: il semplice indirizzo oppure l'indirizzo con dei parametri.

Quindi la differenza è veramente difficile da definire.

Ritornando al concetto di logica introdotto all'inizio, ci accorgiamo che la mancanza di un modo univoco di rappresentare il link ci porta a rappresentarlo in modi diversi, sottolineato, colorato, neretto, con ante-

posto un simbolo, con uno sfondo e altri modi che il grafico crea, pensando che questo sia il giusto contesto dove applicare la sua inventiva.

Niente di più “illogico”, cioè contrario alla logica, di questo modo di comportarsi.

L'utente è costretto, quando apre una pagina, a cercare e a utilizzare una nuova informazione, che non fa parte del bagaglio di conoscenze condivise, per capire quali sono le parti con le quali può interagire.

L'operazione di ricerca della nuova informazione risulta, oggi, abbastanza automatica e semplice, ma dovrebbe essere importante non doverla ripetere più volte sulla stessa pagina.

Questa situazione si presenta in tutti i casi in cui la simbologia di un link cambia nella stessa pagina: talvolta sottolineato, talvolta rosso, talvolta verde oppure realizzato con un'immagine sulla quale l'utente viene invitato a cliccare.

Ho accennato brevemente ad alcune problematiche. Nelle pagine seguenti cercherò di analizzare più in profondità i singoli aspetti.

La logica dei simboli

Il concetto della logica può essere, con profitto, applicato ai simboli.

Anch'essi hanno necessità di essere logici, cioè non necessitare di ulteriori informazioni per permetterci di capirne il significato.

Alcuni simboli sono diventati, col tempo e con l'uso, patrimonio delle conoscenze per lo meno nelle civiltà europee. Altri sembrano essere abbastanza comuni per chi usa il computer, come ad esempio il simbolo di un documento o di una cartella, ma altri sono assolutamente incomprensibili o ambigui e non si spiegano da soli.

Vero che secondo il corretto sviluppo delle pagine, quando si arriva con l'indicatore sull'immagine, compare il testo alternativo, ma perché costringere l'utente ad andare su tutte le immagini per sapere cosa potrà vedere? Sarebbe più semplice mostrare direttamente il testo immediatamente leggibile.

L'inventiva del grafico è applicata qui a tutto scapito della facilità d'uso, della semplicità e, in conclusione, della logica.

Valutiamo, per esempio, una serie di simboli presenti su un sito⁽¹⁾: vediamo sicuramente un'auto, un telefono, un televisore, una costruzione che potrebbe essere una chiesa. Degli altri simboli credo sia molto difficile dare una definizione, potrebbero essere qualunque cosa. Partendo da sinistra sono un sole che dovrebbe rappresentare la meteo, un apparecchio per riprese dal vivo (webcam), una macchina fotografica che dovrebbe dirci che c'è una galleria di foto, una cartolina che indica che possiamo inviare una cartolina virtuale, un telefono che ci rimanda ai numeri utili, una casa simbolo di grandi progetti, un edificio che ci rimanda ai luoghi di culto, un televisore che dovrebbe rappresentare i media e un'auto che dovrebbe dare l'idea di come arrivare alla destinazione.

I navigatori sono costretti a andare con la freccia sul singolo simbolo per vedere il testo alternativo, ma, sorpresa, il testo compare all'estrema sinistra di tutto il gruppo di icone,



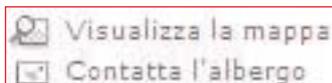
(1)



(2)



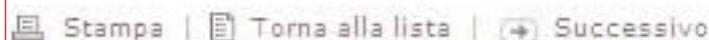
(3)



(4)



(5)



(6)

anziché, come d'uso, vicino alla freccia del puntatore. Ecco che l'utente deve imparare una nuova definizione non prevista da alcuna conoscenza comune.

Sotto⁽²⁾ una serie di simboli relativi agli alberghi. Se alcuni possono essere abbastanza indicativi, con il coltello e la forchetta si mangia, altri lo sono molto meno: la sigaretta barrata non vuole dire che è vietato fumare, ma che ci sono zone per non fumatori, ma il secondo simbolo delle infrastrutture cosa indicherà? Lascio il lettore nel dubbio .

Il terzo, una figura con il simbolo del dollaro (qui si paga?), o ancora 3 foglie o un fiore (qui vi accolgono con un fiore?).

L'elenco potrebbe continuare.

Qui è evidente il concetto di logica e di conoscenza.

Ad un operatore turistico probabilmente questi segni sono familiari, fanno appunto parte del suo bagaglio di conoscenze. Il turista che è abituato a viaggiare e consultare guide riconoscerà alcuni di questi segni. Per il neofita sono solo belle figurine senza significato.

Un letto con un segno di spunta vede⁽³⁾ indica sicuramente che qui si dorme bene, mentre il secondo simbolo ci dice che l'albergo ha un tetto perché lo accostiamo al simbolo, entrato abbastanza nell'uso comune, di un parcheggio coperto. Il terzo simbolo resta un mistero.

Ed ecco una serie di simboli⁽⁴⁾ che hanno avuto bisogno di una spiegazione al loro fianco. Un paio di domande vengono spontanee: se è stato necessario mettere una spiegazione significa che non erano chiari anche per chi li ha pensati e dal momento che ha deciso che non erano comprensibili, poteva addirittura evitare di metterli.

La seconda domanda riguarda la funzione di queste scritte: sono link o pulsanti? Se sono link dovrebbero avere la caratteristica dei link, ma le scritte fanno propendere più per il concetto di pulsante. Ognuna di queste scritte non sembra rimandare a un approfondimento del contesto, ma propone un'azione, quindi un comportamento da pulsante.

Infine una considerazione di carattere filologico: lo stesso simbolo della lente⁽⁵⁾ serve pervisualizza e cerca, ma una lente serve per ingrandire un particolare piuttosto che cercare e sicuramente non serve a visualizzare una mappa.

In altri casi, sul web, la lente è usata vicino alle immagini per ingrandirle.

Si usa quindi lo stesso segno per indicare tre operazioni completamente diverse.

È pur vero che l'utente, fattosi ormai più scaltro di chi realizza i siti, non bada più alle tante cose inutili che vengono presentate. Cerca quanto gli interessa e se non lo trova non sta certamente a imparare nuove cose, ma va su un altro sito.

Credo che una delle considerazioni più importanti riguardi il tempo che un navigatore concede alla pagina: mediamente 3 o 4 secondi. Se in questo brevissimo lasso di tempo non ha percepito qualche cosa che lo interessi, ben difficilmente si fermerà su quella pagina. Fondamentale dunque una comunicazione semplice, chiara, immediata e con pochi concetti.

Troppo spesso il piacere di vedere una bella grafica fa perdere di vista l'obiettivo e lo scopo della pagina web.

L'organizzazione logica degli spazi

Definire l'utilizzo degli spazi un problema di logica sembra un poco azzardato, ma se ci rifacciamo alle definizioni di logica e di conoscenza notiamo che lo scopo essenziale è fornire l'informazione e possiamo facilmente dedurre che l'utilizzo e soprattutto l'organizzazione degli spazi sia fondamentale per una corretta comunicazione della conoscenza.

Utilizziamo un primo esempio⁽¹⁾ dove troviamo le informazioni relative ad un evento: nell'ordine troviamo il titolo dell'evento, il luogo in cui si svolge, le date e infine un testo che presumiamo essere la descrizione dell'evento.

Se descriviamo un percorso di lettura logico dovremmo sapere anzitutto di che spettacolo si tratta: cinema, teatro, mostra, festa ecc.

Decidiamo, nel nostro percorso logico che il tipo di manifestazione ci interessa e ne leggiamo il titolo, che però ci dice poco e quindi cerchiamo la descrizione per capirne un poco di più.

A questo punto il percorso si divide: il regista non ci piace e smettiamo di leggere oppure l'interprete è la nostra attrice preferita ed allora ci interessa sia il dove che il quando.

Senza questo percorso costringiamo il lettore a scoprire informazioni al di fuori di quello che gli abbiamo fornito e, cioè:

- che deve andare in fondo alla pagina per sapere di cosa si tratta
- che deve esercitare la propria memoria per scoprire, in base agli elementi del testo, il genere della manifestazione.

Analogo discorso può essere applicato a questa lista⁽²⁾ che presenta un elenco di alberghi.

Ad uno sguardo superficiale vedo a Lugano un albergo quattro stelle, dove presumo si dorma bene dal momento che il letto ha un segno di spunta verde.

È quello che fa per me, decido di saperne di più, ma devo scoprire che per avere maggiori informazioni probabilmente devo cliccare sul nome.

Herbie il supermaggiolino

Dove :

Viale 1814 7
6512 Giubiasco
Tel: 091 857 82 42

Website:

Quando :

dal 09 settembre 2005
al 15 settembre 2005
lun... mar: 20.15
mer: 15.15 20.15
gio: 20.15
ven: 20.15 22.30
sab: 15.15 20.15 22.30
dom: 15.15 20.15

di Angela Robinson, con Lindsay Lohan, Michael Keaton, Matt Dillon, Breckin Meyer, Justin Long, Cheryl Hines. - I.

(1)

Lugano
Via Cattori 18 - 6900 Lugano
Tel: 0041 91 960 60 60 - Fax: 0041 91 960 60 66

Romantik Hotel Orselina ★ ★ ★ ★
Via Santuario 10 - 6644 Orselina
Tel: 0041 91 735 73 50 - Fax: 0041 91 735 73 51

Sasso Boretto ★ ★ ★ ★
Via Locarno 45 - 6612 Ascona
Tel: 0041 91 786 99 99 - Fax: 0041 91 786 99 00

Villa Caesar ★ ★ ★ ★

(2)

PESTALOZZI Lugano
Via P.Bianchi 2
6900 Lugano
Tel: 0919214646

LA PIGNATTA Lugano
via Cantonale
6822 Arogno
Tel: 0916497405

LA BRASERA Moesano
via Cantonale
6534 San Vittore
Tel: 091/827.21.44

(3)

Se sono un navigatore frettoloso è probabile che non mi accorga che l'indirizzo dell'albergo che ho scelto non è a Lugano, come desideravo, ma a Locarno.

Come mai questo grossolano errore? Il sistema sbaglia?

Purtroppo qui sbaglia la logica.

Un'informazione importante come la località, evidenziata per di più da un segno colorato è posizionata subito dopo una filetto.

Il filetto rappresenta, nella conoscenza comune, due cose distinte:

- la sottolineatura, se molto vicino alla parola
- una divisione da quanto precede se posizionato in uno spazio bianco lontano dalle parole

In questo esempio il filetto divide a gruppi logici lo spazio e induce molto facilmente in errore.

Nello stesso sito le liste dei ristoranti⁽³⁾ vengono però trattate in tutt'altro modo.

L'utente che aveva acquisito il concetto di località posizionato vicino all'indirizzo, lo ritrova qui sulla destra.

Le possibilità di indurre in errore sono, qui, più limitate, ma si perde l'eventuale conoscenza che il navigatore aveva acquisito.

I campeggi⁽¹⁾ godono di un trattamento diverso: chiaro il collegamento nome e località, nel caso in cui manchi la via risulta ambiguo l'indirizzo staccato dal nome che lo precede e staccato dal nome che segue e diviso da un filetto: a chi appartiene? L'altra informazione ambigua riguarda la località: Tenero indica una località, il Mendrisiotto una regione, ma Lugano cosa sta a indicare? Un campeggio a Mezzovico o a Cureglia lo si definirà, per mantenere le conoscenze comuni, nel Luganese e non a Lugano.

Questa è una definizione che induce facilmente in errore: si pensa di andare in un campeggio a Lugano e ci si ritrova a Chiasso.

E infine perché le manifestazioni⁽²⁾ sono trattate in modo ancora diverso?

TCS Camping Moretto ★ ★	Lugano
6944 Cureglia Tel: 0041 91 966 76 62	
Camping Tamaro ★ ★ ★ ★	Tenero
Via Mappo 6598 Tenero Tel: 0041 91 745 21 61	
Camping Paradiso-Lago Melano ★ ★	Lugano
6818 Melano Tel: 0041 91 648 28 63	
Camping Palazzina ★ ★ ★	Lugano
6805 Mezzovico Tel: 0041 91 946 14 67	
Camping Parco al sole TCS ★ ★ ★ ★	Mendrisiotto

(1)

G'2005	Nucleo	
dal 01 giugno 2005 - al 30 settembre 2005		6574 Vira
La città dei Dogi all'epoca di Canaletto e Tiepolo		
dal 17 settembre 2005 - al 08 gennaio 2006		Via Canova 10 6900 Lugano Tel: 091 910 47 80
Giocondo Albertoli - Il trionfo dell'ornato		
dal 16 settembre 2005 - al 27 novembre 2005		6862 Rancate Tel: 091 646 45 65
Collezione Serge e Graziella Brignoni		
dal 23 marzo 2005 - al 06 novembre 2005		Via Cortivo 24 6976 Castagnola Tel: 058 866 69 60
Spartaco. La scultura in rivolta		
dal 05 giugno 2005 - al 02 ottobre 2005		Villa Vela 6853 Ligornetto Tel: 091 640 70 40

(2)

Qui il filetto assume il corretto significato di divisione, indirizzo e località sono posizionate correttamente in uno spazio altrimenti inutilizzato, scompare però l'indicazione della regione in cui si svolge la manifestazione e l'utente dovrebbe scoprire e ricordarsi il significato del colore. Inoltre manca completamente il genere di manifestazione e dal momento che abbiamo cercato tutto quello che succede oggi, dobbiamo visionare tutte le schede per sapere se andremo a un concerto o a una

mostra o al cinema o a una gita organizzata.

Mi pare che qui non sia un problema di grafica, ma unicamente un problema di corretta e coerente applicazione della logica

Coerenza delle indicazioni

Se si vuole proprio indicare la regione con un colore, perché non lasciare sempre sotto l'occhio del turista, visibile in tutte le pagine, una cartina con indicate le regioni con i rispettivi colori?

La carta presente attualmente non solo è inutile, ma addirittura induce in errore il navigatore che dovesse guardarla attentamente: i colori sono infatti tutti posizionati in alto e indicano chiaramente le zone a nord di Bellinzona.

Orari di apertura : da mercoledì a domenica 10.00 - 12.00 / 13.00 - 15.00 6900 Paradiso		All'aria aperta
Collina di Artore 6500 Bellinzona		Ticino contemplativo
Piazza S. Antonio 6600 Locarno		Trekking and bike
viale Stefano Franscini 12 6900 Lugano		ticino turismo
Casa San Carlo 6714 Semione		Invia una cartolina
Cantine di Gandria 6978 Gandria		
c/o Chiesa/Kirche - Piazza Luini 6900 Lugano		
		Mappe del Ticino

In questo caso la grafica ha preso il sopravvento sulla logica a tutto scapito di una facile, semplice e coerente informazione per la navigazione.

Uniformità della simbologia

Internet e la navigazione sul web stanno ancora soffrendo di un problema di crescita troppo veloce e senza regole precise. Ognuno si sente autorizzato a creare il proprio sistema di navigazione, pensando di fare qualche cosa di meglio degli altri. È ancora difficile, per ora, parlare di codifica delle simbologie, ma se vogliamo che la navigazione diventi semplice e sicura dobbiamo adattarci ad avere un po' meno creatività e un po' più coerenza.

Se guardiamo i segnali stradali, vediamo che ci permettono di muoverci in qualunque paese sapendo esattamente cosa dobbiamo e possiamo fare.

Non così sul web dove per indicare la stessa operazione usiamo simbologie completamente diverse.

Alcuni esempi presi qua che hanno sempre la funzione di link:

- (1) in blu chiaro link alle manifestazioni
- (2) in blu neretto piccolo i titoli di alcune news, ma nella stessa pagina anche link in blu chiaro
- (3) in blu piccolo chiaro, ma insieme grigio chiaro preceduto da un'icona
- (4) in blu neretto grande il nome degli alberghi

Oggi in Ticino

musica

Jazz Jam Session, Caslano
Notte Brasiliana
Sinful Sextet

teatro

Premio Pinocchio 2005
Festa di Redde - Odissea, Tesserete

cinema

Locarnese
Bellinzonese
Luganese

(1)

News dal Ticino

"La Claustra": un gioiello turistico
In Ticino, nel cuore del San Gottardo, apre una struttura che sposa le tendenze turistiche più attuali

San Gottardo - Una zona unica nel centro delle Alpi Svizzeri e dell'Europa - Quasi il suo cuore
Qui vivete una natura incontaminata, fenomeni climatici incredibili, storia dello sviluppo tecnico della circolazione, della produzione elettrica e della difesa.

Cos'altro offre il Ticino

- osservatori astronomici
- parchi botanici
- quando piove

(2)

E-mail: booking@hotellagodilugano.ch
Website: www.hotellagodilugano.ch

 Visualizza la mappa
 Contatta l'albergo

Situato in un luogo tranquillo, camere spaziose e luminose.
Ideale per le vacanze riposanti o per una riunione di successo!
Piatti italiani e ticinesi. Possibilità sportive, trattamenti cosmetici e massaggi.
Animazione per bambini a partire da 6 mesi nel Piilingu, a partire da 3 anni nel Pinocchio-Club.



Altre foto: | 1 | 2 | 3 |

Altre informazioni

Offerte speciali
Forfait - Lago di Lugano

Vedi anche...
Hotel Lago di Lugano

(3)

Lugano
Via Cattori 18 - 6900 Lugano
Tel: 0041 91 960 60 60 - Fax: 0041 91 960 60 66

Romantik Hotel Orselina ★ ★ ★ ★
Via Santuario 10 - 6644 Orselina
Tel: 0041 91 735 73 50 - Fax: 0041 91 735 73 51

Sasso Boretto ★ ★ ★ ★
Via Locarno 45 - 6612 Ascona
Tel: 0041 91 786 99 99 - Fax: 0041 91 786 99 00

Villa Caesar ★ ★ ★ ★

(4)

- (5) neretto piccolo per i teaser, ma con l'immagine pure cliccabile
- (6) i titoli dei menu, pur essendo azzurri e neretti, non sono cliccabili mentre gli elementi del menu, una volta cliccati diventano rossi preceduti da un pallino
- (7) cerca in grigio chiaro preceduto da un'icona
- (8) un pulsante completamente grafico rosso che diventa blu al passaggio del mouse per il booking online
- (9) informazioni in piccolo chiaro blu, ma subito sotto offerte in neretto blu
- (10) deliziosi pallini con una crocetta di fianco a una scritta blu neretto: qui è cliccabile il pallino e non la scritta
- (11) in blu chiaro, ma preceduto da un'icona i top events: anche loro portano ad elenchi come gli altri. Dov'è la differenza?
- (12) in cima alla pagina i colori con le tre destinazioni sono cliccabili e portano ad altre pagine mentre i corrispondenti colori con relativa scritta, su tutte le pagine, non sono mai cliccabili: perché l'utente dovrebbe capire che alcuni sono cliccabili e altri no?



(5)



(6)



(7)



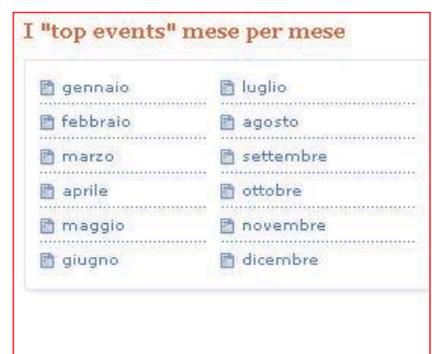
(8)



(9)



(10)



(11)



(12)

La mancanza di coerenza costringe l'utente a provare tutto quanto legge per vedere se può essere portato da un'altra parte: non solo una perdita di tempo, ma un cattivo servizio.

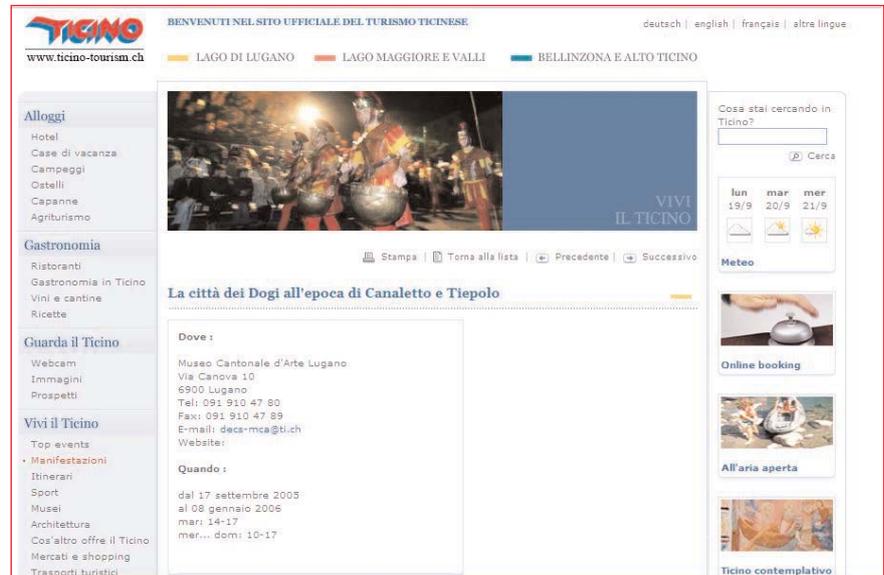
L'utilizzo dello spazio

La prima critica che viene spontanea è: ma che c'entra lo spazio con la logica?

Ad un primo sguardo non sembra avere nessuna connessione, ma se ci rifacciamo al concetto di logica, cioè fornire informazioni in modo tale che siano bastanti per se stesse, dobbiamo ammettere che diventa importante che le informazioni siano subito tutte visibili sulla pagina o meglio sullo schermo.

Dobbiamo quindi sfruttare al meglio lo spazio per evitare che il navigatore debba fare scorrere la pagina per aggiungere altre informazioni che gli possono servire, informazioni che non gli abbiamo fornito.

Gurdiamo, a titolo di esempio, il contenuto di uno schermo di 1024x768⁽¹⁾ e un altro di 800x600⁽²⁾. Il secondo è veramente avaro di informazioni, non ci mostra i tesser sulla destra e della manifestazione che cerchiamo ci fornisce solo una piccola parte dell'indirizzo. Il 1024, pur essendo molto meglio, ci presenta lo schermo con un grande vuoto spostando tutte le informazioni in basso, fuori dallo schermo.



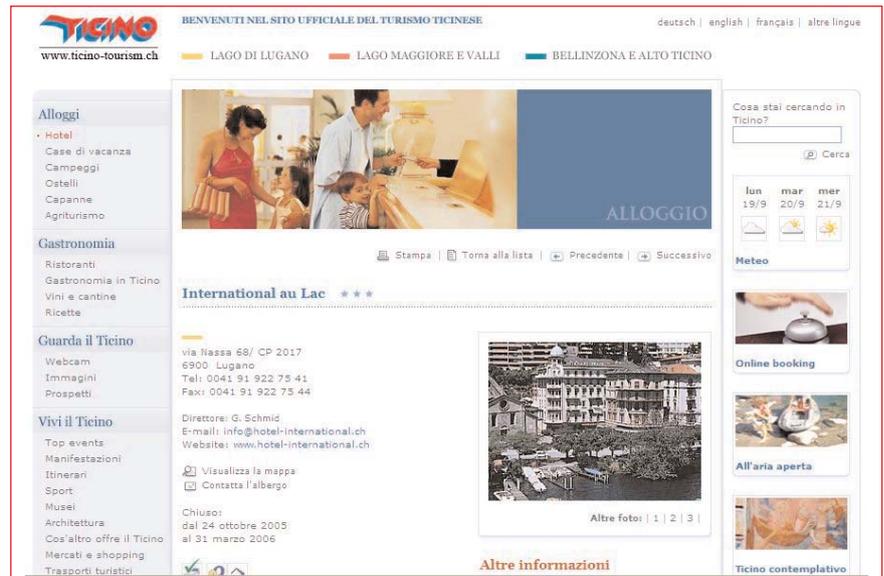
(1)



(2)

Non molto migliore la situazione delle schede alberghiere sulle quali, con lo schermo da 1024x768⁽¹⁾, vedo un invitante "altre informazioni", ma sono costretto a far scorrere la pagina per sapere quali sono. Vedo che si parla di un'interessante offerta e subito la clicco⁽²⁾, ma sembra che non succeda niente. Il navigatore deve, a questo punto, capire che la pagina si è allungata ulteriormente e presenta, in fondo, l'offerta che volevamo vedere.

Abbiamo fornito al navigatore un'inutile foto con la scritta alloggio, inutile pure questa dal momento che il navigatore ha cercato un alloggio e quello che gli presentiamo sarà dunque un alloggio. Sovrabbondanza, dunque, di informazioni inutili a danno di quelle utili.



(1)



(2)

La valutazione dell'utilizzo dello spazio è fatta qui sulla base di un concetto logico.

Jakob Nielsen arriva allo stesso risultato partendo dall'idea che sullo schermo c'è poco spazio e quindi si deve sfruttarlo tutto al meglio.

Per uno strumento di valutazione si può trovare sul sito www.capellini.ch un sistema di calcolo degli spazi realizzato sulla base dei concetti di Jakob Nielsen.

Anche in questo caso l'estetica va a danno della logica di informazione. Nel caso di una manifestazione non si può neppure parlare di estetica, visto lo squilibrio di costruzione della pagina

Considerazioni conclusive

La pubblicazione di un libro segue una pratica ormai molto consolidata. L'autore ha concepito il libro, l'editore ne organizza la pubblicazione e la vendita, il grafico disegna la copertina e definisce la gabbia d'impaginazione, lo stampatore e il legatore provvedono alla realizzazione materiale del libro.

Se guardiamo la realizzazione di un sito web, che in fondo altro non è che un libro in forma elettronica, vediamo una struttura molto meno articolata e definita.

Anzitutto non c'è un autore, ma i responsabili dell'azienda, che non sempre hanno chiari i concetti che devono comunicare.

Poi ci sono i cosiddetti web master o web designers che spesso riuniscono in un'unica persona le funzioni di creatività e di realizzazione tecnica.

Nella realizzazione di un libro non è ormai più necessario rivolgersi esplicitamente alla logica, in quanto la struttura di un libro è ormai ben codificata e, vorrei dire, quasi immutabile, comunque condivisa da tutti.

Il web non è, al contrario, ancora codificato e mancano due figure importanti nella sua realizzazione: l'autore e un esperto in logica che pensi alla struttura.

Manca una chiara divisione dei compiti.

Il grafico diventa spesso anche l'ideatore della logica, ma in questo caso è difficile che riesca a mantenere i due compiti divisi ed essere imparziale nel decidere se dare la precedenza alla grafica o alla logica.

Sicuramente l'aspetto grafico è il più appagante, perché più visibile, quindi ci sarà una maggior propensione a curare maggiormente e addirittura ad eccedere con la grafica.

Infine la tecnica, quello che per i libri corrisponde allo stampatore e al legatore: il tecnico dovrebbe avere indicazioni ben precise e un chiaro e definitivo progetto da seguire e concentrarsi per realizzarlo al meglio.

Qualche considerazione personale

La ripetizione costante su tutte le pagine delle news dal Ticino, mi sembra una scelta poco felice. Da un lato infastidisce il lettore che continua a ritrovare la stessa notizia, ma è comunque costretto a leggerla per vedere se è la stessa che ha letto nella pagina precedente. Dall'altro lato confonde le idee su cosa è il "da non perdere" e su cosa sono le news.

Se scomodiamo per l'ultima volta la logica ci accorgiamo che vengono usati i termini "news" e "da non perdere" con significati diversi da quelli che sono assegnati dalla conoscenza comune.

Le news dovrebbero comunicare fatti e avvenimenti anche importanti, ma ai quali non partecipiamo direttamente, mentre il "da non perdere" implica l'invito alla nostra partecipazione diretta. Non ci dovrebbe quindi essere tra le news una manifestazione alla quale siamo invitati a partecipare.

L'utente deve, ancora una volta, interpretare quello che gli vogliamo dire, utilizzando strumenti che non gli abbiamo fornito.

