I quaderni del MdS

Organizzare i contenuti di un sito

di Maria Cristina Lavazza

giugno 2006

© 2006 Maria Cristina Lavazza. Tutti i diritti riservati.

Indice

Introduzione 3

Dall'albero alla foresta 4

Prima l'uovo o il contenuto? 6
La struttura gerarchica 7
La struttura multidimensionale 8

Mappe, indici, mappe tematiche, percorsi a briciole… e molto di più 12

La ricerca 13

Dal progetto alla realizzazione 16

Il web semantico 18

Note 20

Webliografia 21

INTRODUZIONE

Sono molti i fattori che decretano il successo di un sito (lo stesso concetto di successo è molto relativo) e il proliferare di siti e informazioni fa sì che anche i siti cosiddetti di eccellenza non possano sedersi sugli allori, ma debbano continuamente migliorare.

La competitività sul web è ogni giorno più aggressiva e al nostro tutt'altro che ignaro cliente/utente, basta un clic per abbandonarci e passare a un altro sito.
Ciò non riguarda solo i siti commerciali, ma anche i portali della pubblica amministrazione, che devono offrire anch'essi un servizio competitivo.

Alla base della costruzione di un buon sito c'è una buona progettazione, e alla base di una buona progettazione c'è sicuramente l'**organizzazione dei contenuti**.
L'organizzazione dei contenuti (o **architettura dell'informazione**) è una disciplina relativamente nuova e ancora poco diffusa, che si occupa di progettare la struttura semantica di un sito decidendo dove e come posizionare contenuti e servizi. In maniera meno diretta, si occupa anche di alcuni aspetti grafici interagendo con la figura del grafico nella distribuzione di immagini e contenuti all'interno della pagina.

Se volessimo usare una metafora, organizzare i contenuti è un po' come progettare le prese, gli attacchi dell'acqua, del telefono e dei caloriferi in un appartamento vuoto. Un domani saranno elementi poco evidenti, ma influiranno in maniera decisiva sulla qualità degli spazi. Potremo, infatti, cambiare disposizione ai nostri arredi, ma saremo sempre influenzati da queste decisioni prestabilite. Aggiungeremo mobili nel nostro appartamento e, se avremo progettato bene e logicamente le nostre prese, tutto apparirà pratico e funzionale senza il rischio di scomode e poco estetiche prolunghe ad attraversare le nostre stanze.

La struttura iniziale influirà radicalmente sugli sviluppi futuri del nostro sito, che potrà subire correzioni e aggiustamenti, ma non variazioni sostanziali.
Chi si occupa di progettare l'architettura di un sito? Fino a ieri era un mestiere da informatici, oggi sempre di più viene chiesto a chi si occupa di elaborare e sviluppare i contenuti. In realtà sta diventando un lavoro specializzato: l'architetto dell'informazione è colui che progetta la struttura di un sito tenendo conto

principalmente dei contenuti, ma anche del **labeling**, delle **funzionalità** e della **grafica**.

Dunque è corretto che sia la stessa persona a progettare la struttura del sito e ad elaborarne poi i contenuti, purché approfondisca anche gli altri aspetti che compongono un sito. Ma andiamo per gradi e iniziamo proprio dall'organizzazione del contenuto puro.

DALL'ALBERO ALLA FORESTA

L'organizzazione dei contenuti è alla base dei sistemi di navigazione: i portali si navigano in base al sistema organizzativo scelto inizialmente.
I sistemi organizzativi dei contenuti possono essere molteplici: possiamo decidere di organizzare i contenuti in base alla cronologia, alla struttura aziendale interna, al target di riferimento, all'autore.

Esistono **schemi organizzativi esatti** (alfabetici, cronologici) e **schemi soggettivi** (semantico, aziendali, target), e ne esistono di **misti** che sposano più schemi contemporaneamente (i più diffusi nel web).

La maggior parte dei siti optano proprio per questi ultimi, che fondono insieme **più schemi** (per esempio, semantico + cronologico), ma nel risultato ciò che conta è l'equilibrio tra **esclusività** e **inclusività**.

L'ideale nasce infatti da un buon bilanciamento tra ampiezza dei contenuti e profondità nella quale si intende scendere (ovvero quanti clic servono per raggiungere ciò che si cerca).
Possiamo optare per un menu con 10 sezioni e 3 livelli sottostanti o 3 sezioni e 10 sottolivelli: il risultato delle pagine sarà 10 x 10 x 10 = 10^3 = 1000 vs. 3^10 = ...

Nel primo caso il nostro utente si potrebbe trovare indeciso di fronte a un eccesso di scelte, nel secondo potrebbe non trovare quello che cerca perché "troppo nascosto".

A monte di ogni progettazione c'è il ruolo fondamentale dell'architetto dell'informazione che, attraverso gli schemi

prescelti, deve rassicurare il navigatore su ciò che troverà, evitandogli il pericolo di smarrimento.

I risultati di un lavoro chiaro e ben fatto vengono spesso da sé e possono essere sorprendenti. Basta essere onesti e logici.
Nella maggior parte dei casi - che siano siti di poche righe o portali complessi - nell'organizzazione dei contenuti il primo step è la costruzione di una **mappa mentale**.

Le mappe mentali sono sistemi di rappresentazione della conoscenza che hanno l'obiettivo di trasferire in modo chiaro quanto si conosce di un qualsiasi elemento, in modo da favorire la memorizzazione di concetti importanti.
Dall'**idea principale** (main topic) si associano le informazioni secondarie e di dettaglio. L'idea è che partendo da un tema centrale si associno via via le specifiche scendendo sempre di livello fino a vedere tutto il sistema descritto nel dettaglio.

Si possono ideare mappe su ogni tipo di argomento: un libro, un progetto, un prodotto, un servizio, un argomento… è un ottimo modo per rappresentare una realtà multisfaccettata e complessa quale sono i siti che siamo chiamati ad organizzare.[1]

Un esempio di mappa mentale:

Definiti argomenti, tematiche e sviluppi, ci viene chiesto di organizzarli e la fatidica domanda è… scusate ma i contenuti dove sono?

PRIMA L'UOVO O IL CONTENUTO?

All'architetto dell'informazione si chiede di organizzare e far parlare i 3 elementi chiave che compongono un sito: **contenuto**, **funzionalità** e **grafica**.
Nella maggior parte dei casi, chi si accinge a progettare un sito si trova nella totale assenza di tutti e tre.

Nel caso della grafica e delle funzionalità più diffuse nel web (news, newsletter, eventi, schede contatti, form di iscrizione, faq, link) abbiamo delle figure professionali specifiche con le quali confrontarci: grafici e analisti funzionali, ma sui contenuti spesso si è soli.

A volte ci viene chiesto di organizzare migliaia di pagine di contenuto senza neanche un documento di appoggio da cui partire. Ci sono content manager "duri e puri", che non mettono mano all'organizzazione senza essere in possesso della maggioranza dei documenti: redigono rigidi timesheet di consegna e lavorano solo a consegna avvenuta.
La realtà dei fatti porta la maggioranza di noi a barcamenarsi nella totale assenza dei contenuti.

Prima di strutturare definitivamente il nostro sito è necessario **stabilire quali servizi** vogliamo offrire agli utenti. Ormai anche il sito più semplice, di poche pagine, offre servizi base come una scheda contatto, ma tra i più diffusi ci sono news, newsletter, eventi, schede contatti, form di iscrizione, faq, link.

I servizi sono parte integrante della struttura di un sito e spesso possono essere determinanti per la navigazione. In realtà a ogni servizio andrebbe dedicata una sezione a sé stante, ma in generale è importante stabilire a priori quali servizi vogliamo offrire e descriverli accuratamente prima di richiederne lo sviluppo.

Decidere che il nostro sito debba avere una sezione News comporta la descrizione di dove e come debbano apparire (per esempio in home come notizie complete e/o come abstract), dove debbano confluire le notizie scadute, se debbano apparire in tutte le pagine del sito, se debbano essere contestualizzate nelle diverse aree.

In genere, le decisioni sui servizi si prendono con la rilevazione dei bisogni attraverso incontri e interviste.
Alcuni, come la **ricerca**, le **mappe**, le **mappe tematiche o semantiche**, gli **indici**, hanno un ruolo di supporto alla navigazione e dunque nell'organizzazione dei contenuti gli va dedicato un ampio spazio di analisi.
Vediamo ora in pratica l'organizzazione dei contenuti.

Sul web, nonostante la diversità e la maggiore o minore complessità, i siti sono tutti **organizzati** in base a **tre principi**:

- gerarchico
- multidimensionale (a faccette)
- cronologico

Tralasciando il terzo elemento, quello cronologico, perché legato a una tipologia di siti ben definita (blog), i siti sono sostanzialmente organizzati secondo 2 logiche: **gerarchica** e **multidimensionale**.

LA STRUTTURA GERARCHICA

La struttura gerarchica o ad albero (non a caso il termine "alberatura" di un sito) si basa su un sistema che si dipana dalla home in macroaree che si dividono a loro volta in aree e sottoaree.
La differenza fondamentale tra una struttura ad albero e un'altra consiste nella **profondità** che si può raggiungere. La profondità è inversalmente proporzionale all'ampiezza delle macroaree.

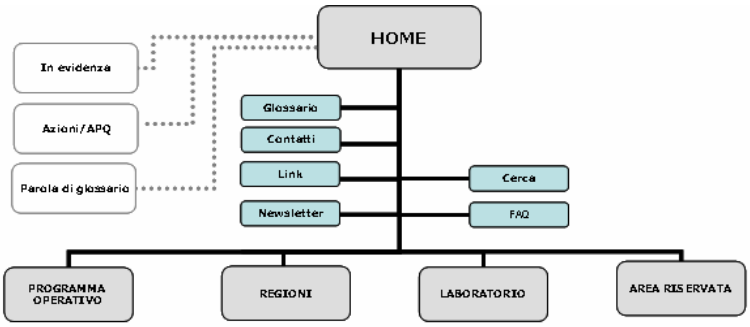
Un po' come nelle scatole cinesi, possiamo avere scatole grandi e scatole piccole o l'inverso, ma il numero finale delle scatole rimane sempre lo stesso.

Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di questo tipo di struttura?
È' un sistema relativamente semplice da gestire e sicuramente **lineare da ideare**. Il problema consiste nel fatto che, come nelle più classiche classificazioni bibliotecarie (per esempio, Dewey o CDU), ogni argomento viene inserito in un'unica e determinata sezione e il rischio è che non venga recuperato immediatamente da parte dell'utente. Se poi il sito è molto ampio e caratterizzato da tanti argomenti, il pericolo di seppellire una pagina è molto alto. Ci vengono allora in aiuto i link incrociati o contestualizzati[2], anche se spesso si rende inevitabile la

duplicazione della stessa pagina in aree diverse con i relativi problemi di aggiornamento.

Tra i vantaggi, a parte la sicurezza infusa da un tipo di navigazione più tradizionale, c'è la semplicità di gestione, in quanto la **struttura è identica all'albero dei contenuti** che si costruisce nel backoffice, dove la "Mission" sarà sempre all'interno del "Chi siamo" che sarà all'interno de "Il Gruppo".

Un esempio di albero gerarchico:



LA STRUTTURA MULTIDIMENSIONALE

Il secondo tipo di struttura è quello multidimensionale. Vale la pena spendere due parole in più sulla sua storia.

La struttura **multidimensionale**, o **analitico-sintetica**, nasce dalla **Colon Classification,** un tipo di classificazione bibliotecaria ideata nella prima metà del secolo scorso da un geniale bibliotecario indiano, **S.S.R. Ranganathan**. La Colon si basa sull'idea che ogni libro (ma in realtà ogni fenomeno) possa essere scomposto e descritto in base alle proprietà intrinseche all'oggetto stesso (faccette), che Ranganathan sintetizzò in 5 elementi:

- entità
- proprietà
- materia
- spazio
- tempo.

Con questo tipo di classificazione si ribalta un tipo di logica antropocentrica, tipicamente occidentale, nella quale l'oggetto

viene classificato attraverso il giudizio esterno, dunque soggettivo.[3]

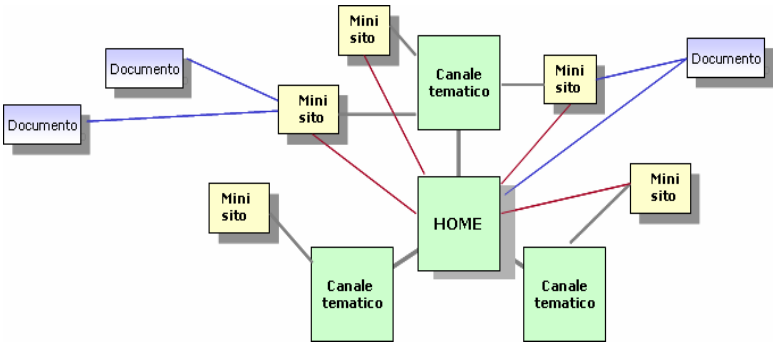
Nei sistemi di classificazione tradizionale[4] (detti anche tassonomie o sistemi enumerativi) ogni elemento è classificato sotto una sola categoria. Gli elementi hanno una collocazione corretta e univoca in uno schema ampio e gerarchicamente profondo, che può essere reso attraverso un percorso a gradini.

La classificazione di Ranganathan, considerata unanimemente rivoluzionaria, in realtà ebbe scarsa applicazione perché troppo complessa da attuare in biblioteche a scaffale aperto.
Ma il tempo gli ha reso giustizia attraverso l'ipertesto e nel web la classificazione a faccette ha trovato la sua dimensione ideale.

La classificazione a faccette è un sistema multidimensionale e aperto, che si estende in orizzontale e ha come caratteristiche:

- la **pluridimensionalità** = permette una pluralità di accessi e una molteplicità di navigazione rispetto alle scelte dell'utente
- la **persistenza** = gli attributi sono oggettivamente quelli e non cambiano nel tempo
- la **scalarità** = permette l'inserimento di nuove sezioni
- la **flessibilità** = permette di riorganizzare sezioni e contenuti singoli senza stravolgere la struttura.

Un esempio di struttura multidimensionale:



La logica multidimensionale finora ha trovato larga diffusione nei siti di e-commerce perché ideale nella trattazione del dato/prodotto.
In siti quali **Yoox** (http://www.yoox.com) o **Expedia** (http://www.expedia.com), il prodotto viene presentato come appartenente a una determinata categoria, che fa parte di una o più sottocategorie, ma allo stesso tempo può essere parte integrante di altre categorie.
Per esempio:
Prodotto: abito bianco dello stilista XXX, taglia XL

In base a tali caratteristiche, questo abito si troverà nell'insieme "abiti femminili", sottoinsieme "primavera estate". Farà anche parte dell'insieme "vestiti bianchi" con molti altri abiti bianchi, ma solo esso farà parte dell'insieme abiti bianchi dello stilista XXX, sebbene sarà di nuovo in compagnia tra gli abiti di taglia XL. Infine potrebbe tornare da solo nell'insieme che identifica il prezzo (in quanto magari costosissimo) o in compagnia di altri capi nella categoria ultimi arrivi e così via.

Lo stesso prodotto è presente in più pagine (anche graficamente diverse), pur non venendo moltiplicato tante volte quante può comparire.
La chiave è proprio questa: l'informazione è resa disponibile sul sito, viene descritta e indicizzata, poi contestualizzata perché possa essere richiamata contemporaneamente in tutte le aree che la dovranno rendere visibile (area stilista, area special collection, area abiti femminili primavera-estate, area saldi).

Secondo Giovanni Maria Sacco le applicazioni basate su sistemi di classificazione a faccette hanno dimostrato di essere molto **più veloci** da consultare e di garantire maggiori percentuali di successo rispetto a quelle tradizionali.
Sacco ha inoltre posto sperimentalmente a confronto due sistemi di classificazione, uno basato su **tassonomie tradizionali**, l'altro su **tassonomie dinamiche** (faccette): eseguendo una ricerca su un corpus di 114.042 documenti descritti da 1100 concetti (dove ogni documento è classificato in media attraverso 11.19 topic), la media dei risultati è stata:

- **1246,22 documenti** con tassonomie tradizionali (in tal caso l'utente deve ispezionare manualmente una tale mole di documenti e nessun utente lo fa)
- **27,68 documenti con tassonomie dinamiche**, dopo aver operato un singolo 'zoom'.

In conclusione, mentre nella tassonomia tradizionale viene richiesto all'utente di valutare centinaia di documenti, in quella dinamica gli si richiede uno zoom in pagine da 13 a 27 risultati. [5]

Nel caso dei siti della pubblica amministrazione gli schemi più utilizzati sono quelli gerarchici. In genere, nella maggior parte dei portali la navigazione utilizza la chiave burocratica organizzata su uffici competenti e relativi servizi e sottoservizi.

Immaginiamo il sito della Regione XYZ, che dovrà affrontare la classificazione del tema **asili nido** collocandolo nelle sezioni scuola, aiuti alle famiglie, donne lavoratrici, bambini, assessorato all'istruzione, tanti quanti possono essere i punti di vista di un osservatore esterno, proprio come sono le necessità dei navigatori.

Come in un caleidoscopio, la realtà del fenomeno si scinde in numerose faccette e si ricompone nell'ambito compreso dal sito web.
La riorganizzazione multidimensionale potrebbe prevedere le seguenti faccette[6]:

- **eventi della vita** (nascita, matrimonio, scuola)
- **motivazione** (muoversi, divertirsi, fare denuncia,)
- **io sono** (bambino, pensionato, cittadino)
- **io cerco** (casa, lavoro, scuola, sussidi, assistenza)

La **Regione Piemonte** (http://regione.piemonte.it)[7] ha iniziato una nuova release del portale basando la struttura dei contenuti su 8 faccette:

- **servizi e pratiche** (entità)
- **eventi della vita** (tipi)
- **modalità di accesso** (proprietà)
- **fasi** (processi)
- **cittadini e aziende** (utenti)
- **istituzioni pubbliche** (agenti)
- **dipartimenti** (spazio)
- **date** (tempo)

Dove troveremo gli **asili nido**?
In servizi e pratiche con i moduli di iscrizione, in eventi della vita con la descrizione di come iscriversi, in modi di accesso, in

istituzioni pubbliche, in dipartimenti e in date, con le varie scadenze.

Quali sono i vantaggi e gli svantaggi della logica multidimensionale?
Le persone possono usare percorsi differenti per raggiungere il medesimo argomento. [8]
Per l'utente c'è solo il vantaggio di trovare più facilmente quello che cerca.
Vengono meno la rigidità e la chiusura dei sistemi tradizionali.
Il lavoro più complesso è a carico di chi il sito lo progetta (ogni contenuto va descritto e classificato accuratamente) e di chi lo gestisce, perché ogni nuovo argomento/contenuto va contestualizzato, creando nuove categorie descrittive (ricordate l'abito bianco, ma questa volta disegnato da un nuovo stilista emergente).

MAPPE, INDICI, MAPPE TEMATICHE, PERCORSI A BRICIOLE… E MOLTO DI PIÙ

Abbiamo già accennato alle funzionalità di un sito, ma ve ne sono alcune fondamentali per la navigazione. Vediamole una per una.

LA MAPPA > è uno strumento chiave per la navigazione tradizionale/gerarchica perché aiuta l'utente a capire le scelte dell'architetto dell'informazione. Nei sistemi di content management (CMS) viene generata automaticamente attraverso menu linkabili che si aggiornano in parallelo con l'aggiornamento del sito e può essere resa graficamente attraverso varie modalità.
Per esempio:
http://www.sviluppoitalia.it/mappa.jsp?ID_LINK=2&area=6

Nel caso di una struttura multidimensionale, la mappa perde di funzionalità e senso poiché il contenuto non è tecnicamente e ideologicamente in un'unica sezione, ma è in un repository generale e viene richiamato dove necessario.

LA MAPPA SEMANTICA O TEMATICA > è una funzionalità poco diffusa ma molto utile nella struttura gerarchica. La mappa semantica è una sezione nella quale i contenuti vengono presentati attraverso una logica classificatoria diversa da quella scelta per il sito. È un percorso tematico alternativo che aiuta

l'utente a trovare più velocemente ciò che cerca e a fornire un formidabile colpo d'occhio d'insieme sui contenuti del sito.
Per esempio:
http://www.mestierediscrivere.com/testi/mappatematica.htm

La mappa semantica diventa superflua nella logica multidimensionale, perché l'utente ha già insita nella struttura la possibilità di "n" scelte di percorso.

L'INDICE > è un indice alfabetico dei contenuti del sito.
È una funzionalità molto legata al cartaceo, che oggi risulta più datata che utile, inoltre serve che il content manager sappia catalogare e costruire thesaurus in maniera molto abile, altrimenti il prodotto finale rischia di ritorcersi contro la credibilità del sito stesso.
È una funzionalità che può essere di supporto a entrambe le classificazioni, ma nella maggior parte dei siti viene ormai sostituito dai sistemi di ricerca.
Per esempio:
http://www.istruzione.it/mpi/indice_sito.shtml

BREADCRUMBS (PERCORSO A BRICIOLE) > è uno strumento utilissimo per rappresentare il "dove siamo" nei sistemi tradizionali. Essendo un modo di rappresentare la gerarchia dei contenuti, il percorso a briciole perde di funzionalità nel sistema multidimensionale.
Per esempio:
http://www.osservatoriodonna.it/entriamoinbanca/default.asp?page=template&sez=3-0-0&id=3|0|0

Infine la ricerca, una funzionalità cui è necessario dedicare una sezione a sé.

LA RICERCA

La prima domanda da porsi è: "il nostro sito ha bisogno di un sistema di ricerca?" In linea generale, tranne i siti di poche pagine, la maggior parte dei siti ottengono dal sistema di ricerca una navigazione più fluida.

Tutti i sistemi presuppongono una tecnologia più o meno sofisticata, la progettazione non riguarda gli esperti informatici ma ancora e principalmente chi si occupa di contenuti.
Che cosa cerca il nostro utente? Come lo cercherà? Con quale linguaggio si avvicinerà per cercare? Quali i termini che userà? Come rendere i risultati della ricerca? Come organizzarli? A questo tipo di domande solo l'architetto dell'informazione può rispondere al meglio.

Se l'esperto di contenuti non può e non deve progettare software di ricerca, così l'esperto IT non può occuparsi di indicizzazione di contenuti. Perché di questo si tratta: **catalogare**, **indicizzare** e **classificare** i contenuti di un sito affinché possano essere recuperati logicamente dal sistema, proprio come in un buon catalogo bibliotecario.

La ricerca può essere libera: il nostro utente userà il linguaggio naturale tramite l'ausilio degli **operatori booleani** (AND OR NOT) o può essere guidata.

Oggi sono molto diffusi sistemi di ricerca alternativi come i **quickfind**, che segnalano le 5/10 sezioni più viste o gli **shortpath**, che sono scorciatoie verso i contenuti più cercati.

All'utente vengono presentate delle opzioni (tramite menu a tendina) che gli permettono di restringere e raffinare il campo di ricerca. La **ricerca guidata** offre una ricerca più specifica rispetto alla prima, che spesso genera molto "rumore" (risultati talmente numerosi da non essere significativi), e richiede una maggiore partecipazione dell'utente.
La ricerca guidata infatti richiede maggiore dispendio di tempo da parte di chi cerca, ma in compenso gli fornisce risultati più mirati delimitando per esempio a priori le categorie di contenuto (cerca solo tra determinati tipi di contenuti: news, documenti, solo tra le faq).

I sistemi di ricerca recuperano le parole presenti all'interno del sito: sta all'architetto dell'informazione progettare un sistema di classificazione e indicizzazione nel backoffice che permetta di classificare ogni nuovo contenuto inserito.
Questo sistema è molto diffuso all'interno di siti di e-business dove è semplice classificare uno specifico prodotto.
Per esempio, "camicia bianca da donna" verrà classificata nella sezione abiti femminili, sezione camicie, stilista XYZ, taglia XL.

Il nostro utente potrà cercare tramite un menu a tendina (ricerca guidata) o inserendo parole in libertà (ricerca libera) e otterrà sempre lo stesso specifico risultato.

Ciò che conta, per l'utente, è **il risultato** e come esso viene rappresentato. Tutto il lavoro che c'è dietro (e per un buon sistema di recupero dati è notevole) non verrà mai conosciuto e apprezzato.
Ma il nostro utente ha diritto al **miglior servizio possibile** e dunque è importante che i risultati vengano presentati nel migliore dei modi, con le percentuali di rilevanza del risultato, con la divisione per genere di materiale, con documenti correlati[9], con la contestualizzazione del risultato di ricerca (indicando la precisa collocazione del documento nel sito) decidendo quanti risultati far apparire e fornendo sempre la possibilità di raffinare la ricerca.

L'**interfaccia di ricerca** ha un ruolo molto importante, perché richiede una chiarezza superiore a qualsiasi altra parte del sito e deve essere quindi graficamente molto pulita. Deve rassicurare l'utente e ricordargli cosa sta facendo passo dopo passo:

- riaffermare la query
- descrivere il contenuto cercato
- descrivere eventuali filtri (da data a data)
- mostrare gli operatori booleani
- menzionare il numero dei risultati recuperati.

È evidente che il nostro sito non raggiungerà mai la sofisticatezza proposta dai motori di ricerca che fanno della ricerca un fine e non un mezzo, ma è un ambito in forte espansione. Si è infatti compreso che l'information overload generata dal web è sempre meno dominabile e solo attraverso un buon sistema di ricerca si assicura all'utente il recupero dell'informazione.

Torniamo ora ai principali modelli di organizzazione dei contenuti, quello gerarchico e quello multidimensionale.

Nel primo, se poggia su una buona logica, potremmo dire che il sistema di ricerca risulta quasi superfluo (con l'aiuto di **altri ausilii di navigazione** come indici, mappe, mappe semantiche). In realtà anche in questo caso ideare un sistema di ricerca semplice è un aiuto in più per gli utenti in difficoltà.

Nel secondo caso la ricerca è il supporto chiave della navigazione. Proprio perché il contenuto non è logicamente in un

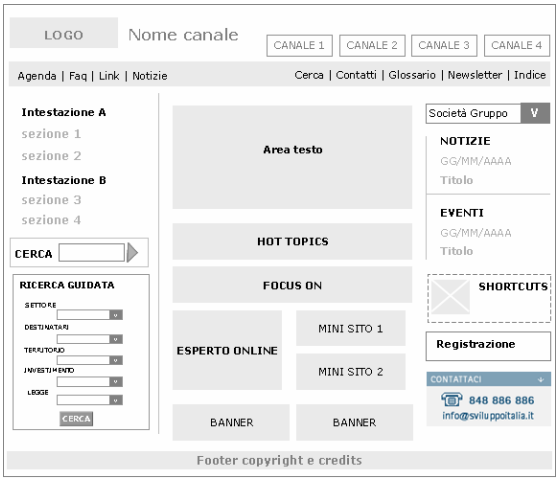
unico contenitore, ma è richiamato in più pagine contemporaneamente, la ricerca integra in maniera strutturata la navigazione.

In questo caso dovrebbero essere presenti tutti i tipi di ricerca: semplice, guida, shortlist, indici, eccetera, fino al fatidico **contact form** per contattarvi se l'utente non ha trovato quello che cerca.

DAL PROGETTO ALLA REALIZZAZIONE

Dopo che l'**architetto dell'informazione** ha completato il proprio lavoro, analizzando il contenuto e organizzandolo in uno schema, entrano in gioco altre figure professionali.
L'**analista funzionale,** parallelamente e spesso insieme all'architetto, ha il compito di rilevare dal cliente interno le funzionalità necessarie al sito.
Stabiliti quali servizi si vogliono offrire (news, appuntamenti, newsletter, contact form, area riservata), l'analista - non necessariamente un tecnico - le specifica all'architetto in modo che possano essere inserite nello schema di alberatura e inizia a descriverle nel dettaglio.
Il documento elaborato dall'analista passa allo sviluppatore, che in base alle specifiche potrà sviluppare correttamente ogni singolo servizio.

L'analista deve fornire un altro tipo di documento che andrà alla figura professionale del grafico: lo **schematic**. Gli schematic sono degli schemi rappresentativi di cosa debbano contenere la home e le pagine interne. Il grafico in questo modo conoscerà i contenuti di massima di ogni pagina e vedrà il proprio lavoro facilitato da queste linee guida.
Un esempio di schematic:



Il grafico, a questo punto, può sviluppare la grafica attraverso una o più proposte. Approvata la proposta grafica, il grafico sviluppa il **template**.

Un esempio di template grafico:

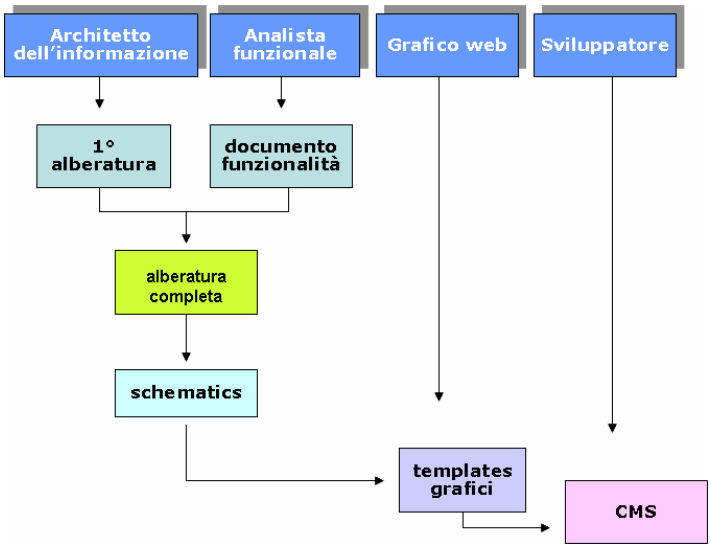
Il template è la pagina (home e pagine interne) sviluppata in un linguaggio di programmazione che permette l'inserimento del contenuto.

Chi inserisce il contenuto, e in che modo?

Oggi quasi tutti i portali che offrono informazioni consistenti (anche solo superiori a 20 pagine) si avvalgono di **sistemi di content management** (CMS). Questi sistemi permettono l'aggiornamento e la gestione delle pagine senza necessariamente conoscere i linguaggi di programmazione. Il **web content manager** e i **redattori,** attraverso il CSM, aggiornano il sito come se scrivessero in word, pubblicando le pagine in maniera automatica.

A questo punto si entra nel campo della gestione dei siti, cui andrebbe dedicato uno studio a parte. Qui ci siamo limitati ad accennarlo perché fossero più chiari gli step successivi all'organizzazione del contenuto.

Un esempio di schema del processo di creazione di un portale:



IL WEB SEMANTICO

È' l'ultima frontiera per il futuro del recupero dell'informazione tramite i motori di ricerca.
Il **Web Semantico** (WS)[10] sarà l'architettura universale dello scambio di informazioni e conoscenza. Significa che attraverso il linguaggio naturale e la formulazione di frasi saremo in grado di arrivare direttamente al documento/informazione di nostro interesse (es. voglio andare a Barcellona il 7 di maggio prima delle ore 12.00 > risultato = prenotazione biglietti e prezzo del biglietto per Barcellona).

Questo potrà avvenire solo con una forte partecipazione di tutti i siti del web, perché le informazioni dovranno essere catalogate e classificate tramite **metadati** che mapperanno i dati rispetto a classi e/o concetti.

Il WS si compone di tre livelli:

- **dati**
- **metadati**
- **ontologie** (lo schema che rappresenta questi dati).

L'ontologia è un vocabolario nel quale sono espressi i significati dei termini, che permetterà di valutare i documenti non come

delle "**isole di dati**", ma piuttosto come dei **database aperti** nei quali un "applicativo" possa distinguere le informazioni contenute, ricavandone solo quelle richieste.

Il WS, termine coniato nel 2001 da **Tim Berners Lee**, rappresenta la futura capacità del web di capire le nostre richieste.
Tutto questo non in virtù di sistemi di intelligenza artificiale, ma molto semplicemente in virtù di una marcatura dei documenti, di un linguaggio gestibile da tutte le applicazioni e dell'introduzione di vocabolari specifici e controllati.
Saranno poi gli esperti di programmazione, probabilmente attraverso il linguaggio XML, a mettere in **collegamento query e risultati**.

Tutto questo vi ricorda qualcosa?
La catalogazione e l'indicizzazione delle informazioni è la stessa richiesta dalla classificazione analitico sintetica che permetterà non solo il facile accesso all'interno del sito stesso, ma in futuro anche all'interno della complessità del web. E questo non è poco.

Qualsiasi logica si scelga di adottare nella progettazione di un nuovo portale, l'importante è non spaventarsi di fronte all'importanza di fornire un buon servizio, imparare dagli altri non significa essere necessariamente meno bravi, ma avere l'umiltà di mettersi sempre in discussione.

NOTE

1. Un'ottima documentazione è fornita da Francesco di Francesco, vedi gli approfondimenti in Webliografia.
   La mappa qui riportata come esempio è di Umberto Santucci: http://www.umbertosantucci.it/pagine/mappe.htm
2. Quello che nelle schede bibliografiche è il "vedi anche": se sei interessato a questo puoi vedere anche quest'altro.
3. La Colon classification: struttura, radici filosofiche e diffusione, Maria Cristina Lavazza
   http://www.aib.it/aib/contr/lavazza1.htm,
   Il Vaisesika e le categorie di Ranganathan, Fulvio Mazzocchi
   http://www.iskoi.org/pmest.htm
4. Giovanni Maria Sacco (Università di Torino) definisce le tassonomie tradizionali come dei *codificatori di proprietà* che, partendo dalla categoria padre, generano via via categorie figlie mediante l'aggiunta di nuove proprietà.
5. *Conventional Taxonomies vs. Dynamic, G. M. Sacco,Taxonomies*, p. 10.
6. Facilitare la reperibilità dell'informazione: la classificazione a faccette, Sofia Postai
   http://www.tecnichenuove.com/Extra/Riviste/Internet.pro/INPro0401-054-ArchFaccette.pdf
7. Faceted Classification For Community Services Using Crg Standard Categories, Luca Rosati, Claudio Gnoli, Maria Elisabetta Lai http://bd.ub.es/isko2005/rosati.pdf
8. Platybus Wiki: a semantic wiki wiki web, S. Campanili, P. Castagna, R. Tazzoli
   http://platypuswiki.sourceforge.net/whatis/documents/iswc2004slides/platypuswiki.ppt
9. Vedi nota 2. In questo paragrafo si accenna al discorso del web semantico senza volontà di approfondire una tematica complessa e molto importante. Per approfondimenti rinviamo agli articoli di Paolo Ceravolo.
   http://webdesign.html.it/articoli/leggi/321/larchitettura-del-semantic-web/

WEBLIOGRAFIA

L'albero dei contenuti, Francesco De Francesco
http://webdesign.html.it/articoli/leggi/485/lalbero-dei-contenuti/

Architettura dell'informazione per il World Wide Web. Progettare siti web complessi, Rosenfeld, Louis e Morville, Peter Milano, Hops Libri, 2002

L'architettura del Semantic Web, Paolo Ceravolo
http://webdesign.html.it/articoli/leggi/321/larchitettura-del-semantic-web/

La classificazione a faccette fra knowledge management e architetto dell'informazione (parte I) Luca Rosati,
http://www.itconsult.it/knowledge/articoli/pdf/itc_rosati_faccette_e_KM.pdf

Classificare per i cittadini. Ovvero, le faccette al servizio dell'usabilità
http://lau.csi.it/progettare/usabilita/architettura_informazione/faccette.shtml

La classificazione a faccette per la gestione documentale, Luca Rosati
http://www.trovabile.org/la_classificazione_a_faccette_per_la_gestione_documentale_2

Classificazioni per il Web: i vantaggi dell'adozione di schemi a faccette, Vittorio Marino
http://www.aib.it/aib/contr/marino1.htm

Classificazioni per il web: vantaggi degli schemi a faccette
http://trovabile.org/classificazioni_per_il_web_vantaggi_degli_schemi_a_faccette

Colon classification an outline with examples, S. S. R. Ranganathan
http://www.iskoi.org/doc/colon.htm

La Colon classification: struttura, radici filosofiche e diffusione, Maria Cristina Lavazza
http://www.aib.it/aib/contr/lavazza1.htm

Content Management, Alessandro Lucchini (a cura di), 2002 Apogeo

Conventional Taxonomies vs. Dynamic Taxonomies, Giovanni Marino Sacco
http://www.di.unito.it/%7Esacco/sacco-dyntax.pdf

Cos'è e a cosa serve il Web Semantico, Paolo Ceravolo
http://webdesign.html.it/articoli/leggi/258/cose-e-a-cosa-serve-il-web-semantico/3/

Dynamic Taxonomies: A model for large information bases, Giovanni M. Sacco
http://www.di.unito.it/~sacco/k0468.pdf

Le faccette, il web semantico e l'ornitorinco
http://trovabile.org/faccette_web_semantico_ornitorinco

Faceted Classification For Community Services Using Crg Standard Categories, Luca Rosati, Claudio Gnoli, Maria Elisabetta Lai
http://bd.ub.es/isko2005/rosati.pdf

Faceted Classification for Public Administration, Luca Rosati
trovabile.org/download/gnoli_lai_rosati.pdf

Faceted metadata for information architecture and search
http://bailando.sims.berkeley.edu/talks/chi_course06.pdf

Facilitare la reperibilità dell'informazione: la classificazione a faccette, Sofia Postai
http://www.tecnichenuove.com/Extra/Riviste/Internet.pro/INPro0401-054-ArchFaccette.pdf

Faucet Facets: A Few Best Practices for Designing Multifaceted Navigation Systems, Jeffrey Veen
http://www.adaptivepath.com/publications/essays/archives/000034.php

Indicizzazione semantica nell'era digitale, Claudio Gnoli
http://www.burioni.it/forum/gnoli-sem.htm

Modelli di mappa mentale per i progetti web, Francesco De Francesco
http://webdesign.html.it/articoli/leggi/543/modelli-di-mappa-mentale-per-i-progetti-web/

Per un accesso multidimensionale all'informazione, o della classificazione a faccette, Luca Rosati
http://iainstitute.org/it/articoli/000204.html

L'uso delle mappe mentali per i progetti web, Francesco De Francesco
http://webdesign.html.it/articoli/leggi/501/luso-delle-mappe-mentali-per-i-progetti-web/

Il Vaisesika e le categorie di Ranganathan, Fulvio Mazzocchi
http://www.iskoi.org/pmest.htm

Maria Cristina Lavazza, content manager.
Dopo essersi laureata in lettere moderne con una specializzazione in filosofia indiana ha conseguito un diploma alla Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari. Ha lavorato presso varie biblioteche di Roma per poi "convertirsi al web", e dal 2000 è content manager nella web agency di Sviluppo Italia. Oggi si occupa dei contenuti del portale e dei siti web del Gruppo SI, di information architecture, di formazione e quando il tempo lo permette scrive articoli per siti e riviste specializzate.
La sua email: mc.lavazza@gmail.com

I quaderni del MdS

www.mestierediscrivere.com