

# Prefazione

A distanza di circa sei anni questo libro torna interamente rinnovato in libreria. Alla vecchia struttura, infatti, sono stati aggiunti quattro capitoli completamente nuovi, mentre quelli presenti nell'edizione precedente sono stati rivisti e quasi interamente riscritti. Mi auguro così, senza nascondere, anzi dichiarandolo come obiettivo, di poter solleticare la curiosità di quanti hanno acquistato la prima edizione. I miei lettori troveranno alcune intuizioni ed analisi che già conoscono, ulteriormente elaborate ed approfondite alla luce dei cambiamenti e delle innovazioni avvenuti dal 2000 ad oggi in Internet. Per esempio il capitolo sulla valutazione e sulla misurazione dell'usabilità propone un quadro metodologico assolutamente fresco che raccoglie una sintesi delle prassi maggiormente in uso oggi tra i professionisti della cura dell'esperienza d'uso in Internet. Posso dire la stessa cosa per il Capitolo 4, "Personalizzazione", che sintetizza alcune tra le esperienze più interessanti oggi in corso per incrementare la piacevolezza e la fluidità della navigazione in Internet.

Credo si sia affermato soprattutto tra le avanguardie di Internet quanto ho sostenuto nella precedente edizione e che sostengo in questa nuova anche con maggiore enfasi: l'usabilità in Internet non si esaurisce nella "facilità d'uso", che pur rimane l'obiettivo fondamentale delle buone prassi di progettazione di siti web. Usabilità in Internet è fluidità, senso di controllo, senso di piacere dato dal conseguire in poco tempo gli scopi che si sta perseguendo, scoperta di nuove possibilità, un senso di meraviglia, di sorpresa e, perché no, di stupore. È quanto cerco di documentare nel capitolo sull'estetica delle interfacce grafiche per il Web, che amplia così il tema della seduzione e persuasione approfonditi ed esposti nel Capitolo 7, illustrato anche con nuovi esempi ed immagini.

I lettori che già mi conoscono troveranno inoltre nuovo materiale, osservazioni, analisi e proposte che racchiudono i principali progressi disciplinari di questi ultimi anni. Vorrei fare un riferimento particolare all'ultimo capitolo "Il Web esce dal PC", nel quale affronto il tema dell'usabilità degli apparati e dei gadget per la mobilità, partendo dalle fondamenta della progettazione dei

“prototipi” storici per arrivare alle sfide dell’usabilità in corso e future su questo tema. Il lettore che non mi conosce troverà – mi auguro – argomenti, spunti di riflessione, corredati da indicazioni di indirizzo molto concreti e strumenti pratici per il proprio lavoro.

Anche quest’edizione mantiene dunque l’impostazione della prima e non vuole essere né un manuale, né un testo pedagogico in senso stretto, sebbene sia stato poi consigliato in molti corsi universitari. Se sarà considerato “educativo”, e se sarà confermato tra i testi consigliati anche nei corsi universitari, il mio auspicio è che sia riconosciuto come un testo per una preparazione professionale “di larghe vedute”, sebbene specialistica.

Ho infine una speranza che ha alimentato tutta la stesura di questo testo e che nasconde ovviamente un desiderio. La speranza è che finalmente anche in Italia siano sconfitti tutti i luoghi comuni che circondano quest’importante disciplina, fondamentale per aspirare a modelli d’innovazione al passo con i tempi, duraturi dunque, perché necessari ad ampliare la fascia di quanti beneficiano dei vantaggi offerti dalle tecnologie per l’informazione e la comunicazione. Dobbiamo cogliere tutti i segnali che rivelano una crescita di sensibilità e di maturità, che rilevanti, dunque, l’essenza culturale della disciplina della cura dell’esperienza e non solo la sua tecnicità. Le prassi dell’usabilità sono infatti soprattutto inclusive, incrementano la partecipazione e la co-creazione. Contribuiscono dunque a far crescere la cultura di progetto dei siti web e ad affrancarla dalla prospettiva che ha dominato finora qui da noi, contraddistinta per esempio dalla separazione tra le analisi dei bisogni e l’analisi dei comportamenti, tra le analisi di marketing e le soluzioni tecnologiche e da una “regressione” anche terminologica, come quella della nuova legge Italiana sull’accessibilità che non pronuncia mai il termine “usabilità” diffuso in tutto il mondo senza eccezioni, per inventarsi uno strano “fruibilità” che non ha alcuna corrispondenza terminologica altrove e che forse ha qualche relazione semantica con i contenuti disciplinari cui fa riferimento. In questa prospettiva il momento creativo non deriva da analisi di dati, da osservazioni mirate, da studi ed indagini, ma da un atto “imperioso” sia esso affidato all’agenzia web di turno oppure al committente del progetto. Il mio parere è che sia molto difficile ottenere buoni risultati con questa cultura di progetto.

Il messaggio di questo libro è dunque di guardare positivamente alla prospettiva d’innovazione culturale di progetto che inevitabilmente abbraccia il committente e l’agenzia web che faccia un uso non sporadico delle prassi dell’usabilità. In questo senso, e arrivo al desiderio nascosto nella speranza di cui scrivevo poc’anzi, occorre anche superare il provincialismo con cui viene divulgata questa disciplina. L’usabilità non è soltanto Jacob Nielsen. È cultura di progetto, sfera disciplinare, confronto e prassi professionale!