

**Università degli Studi di Trieste**  
**Facoltà di Scienze della Formazione**  
**Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione**

**IMPARARE A COMUNICARE  
NELL'ERA DI INTERNET:**

**LE PROPOSTE DI ALCUNI CORSI DI SCRITTURA ON LINE**

**Laureando  
Jonathan Pochini**

**Relatore  
Prof.ssa Tiziana Piras**

**Correlatore  
Prof.ssa Daniela Picamus**

**Sessione straordinaria  
Anno Accademico 2002/2003**

Estratto della Tesi di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Trieste "Imparare a Comunicare nell'era di Internet: le proposte di alcuni corsi di scrittura on line" di Jonathan Pochini. 22 Marzo 2004. <http://www.thanx.it>

# Indice

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>8</b>
<b>PLATONE, IL PRIMO APOCALITTICO.....</b>	<b>11</b>
<b>L'AVVENTO DELL'ALFABETO GRECO.....</b>	<b>13</b>
<b>DALLA CULTURA ORALE ALLA CULTURA CHIROGRAFICA.....</b>	<b>14</b>
<b>DALLA CULTURA CHIROGRAFICA ALLA CULTURA TIPOGRAFICA.....</b>	<b>17</b>
<b>DALLA CULTURA TIPOGRAFICA ALLA CULTURA DI MASSA.....</b>	<b>20</b>
<b>LE TEORIE SULL'INFLUENZA SOCIALE DEI MEDIA.....</b>	<b>21</b>
<b>L'ERA DELL'ORALITÀ SECONDARIA.....</b>	<b>23</b>
<b>DETERMINISMO TECNOLOGICO.....</b>	<b>25</b>
<b>DALLA CULTURA DI MASSA ALLA CULTURA MULTIMEDIALE.....</b>	<b>27</b>
<b>UNA SCRITTURA DI RITORNO?.....</b>	<b>29</b>
<b>CONNETTIVITÀ, INTERATTIVITÀ, IPERTESTUALITÀ.....</b>	<b>32</b>
<b>PENSIERO IPERTESTUALE E PENSIERO COMPLESSO.....</b>	<b>35</b>
<b>COME CAMBIA LA SCRITTURA.....</b>	<b>39</b>
<b>Scheda 1: Alcune definizioni di ipertesto.....</b>	<b>43</b>
<b>Scheda 2: Strutture ipertestuali.....</b>	<b>45</b>
<b>COME SI SCRIVE .....</b>	<b>47</b>
<b>DA SCUOLA.COM A COME SI SCRIVE.....</b>	<b>49</b>
<b>OBIETTIVI E DESTINATARI.....</b>	<b>51</b>
<b>PRESENTAZIONE.....</b>	<b>53</b>
<b>COME SI APPLICA.....</b>	<b>54</b>
<b>ESERCIZI COMMENTATI.....</b>	<b>55</b>
<b>ISTRUZIONI PER L'USO.....</b>	<b>56</b>

<b>AUTORI.....</b>	<b>57</b>
<b>LA HOME PAGE.....</b>	<b>57</b>
<b>STRUTTURA IPERTESTUALE E FRAMESET.....</b>	<b>63</b>
<b>LA PROGETTAZIONE DELLE PAGINE.....</b>	<b>66</b>
<b>I frameset.....</b>	<b>66</b>
<b>La progettazione delle pagine introduttive.....</b>	<b>68</b>
<b>L'indice.....</b>	<b>69</b>
<b>La progettazione delle pagine del corso.....</b>	<b>69</b>
<b>Bussole di navigazione.....</b>	<b>72</b>
<b>Il rapporto immagini-testo.....</b>	<b>73</b>
<b>I MICROCONTENUTI.....</b>	<b>75</b>
<b>Titolo del sito.....</b>	<b>76</b>
<b>Nome del dominio.....</b>	<b>76</b>
<b>Titoli e link.....</b>	<b>77</b>
<b>Page title e metatag.....</b>	<b>78</b>
<b>LA SCRITTURA.....</b>	<b>79</b>
<b>ANALISI DEI CONTENUTI.....</b>	<b>82</b>
<b>Fra parlato e scritto.....</b>	<b>82</b>
<b>La gestione dell'informazione.....</b>	<b>88</b>
<b>La situazione comunicativa.....</b>	<b>94</b>
<b>La lingua.....</b>	<b>96</b>
<b>Il saggio breve.....</b>	<b>101</b>
<b>CONCLUSIONE.....</b>	<b>107</b>
<b>GUIDA WEB WRITING.....</b>	<b>112</b>
<b>IL PORTALE HTML.IT.....</b>	<b>113</b>

<b><u>PAGINA INIZIALE.....</u></b>	<b><u>115</u></b>
<b><u>STRUTTURA.....</u></b>	<b><u>117</u></b>
<b><u>INTRODUZIONE.....</u></b>	<b><u>117</u></b>
<b><u>PROGETTAZIONE DELLE PAGINE.....</u></b>	<b><u>119</u></b>
<b><u>I MICROCONTENUTI.....</u></b>	<b><u>123</u></b>
<b><u>Titolo del corso.....</u></b>	<b><u>123</u></b>
<b><u>Nome del dominio.....</u></b>	<b><u>124</u></b>
<b><u>Titoli e sottotitoli.....</u></b>	<b><u>124</u></b>
<b><u>Link.....</u></b>	<b><u>125</u></b>
<b><u>Metatag.....</u></b>	<b><u>125</u></b>
<b><u>LA SCRITTURA.....</u></b>	<b><u>126</u></b>
<b><u>ANALISI DEI CONTENUTI.....</u></b>	<b><u>127</u></b>
<b><u>Sono diversi i testi.....</u></b>	<b><u>127</u></b>
<b><u>Sono diversi i lettori.....</u></b>	<b><u>131</u></b>
<b><u>E' diverso il medium.....</u></b>	<b><u>135</u></b>
<b><u>Scrivere le informazioni.....</u></b>	<b><u>137</u></b>
<b><u>Scrivere l'interfaccia.....</u></b>	<b><u>142</u></b>
<b><u>Scrivere l'ambiente.....</u></b>	<b><u>146</u></b>
<b><u>Approfondimenti sul web writing.....</u></b>	<b><u>151</u></b>
<b><u>CONCLUSIONE.....</u></b>	<b><u>152</u></b>
<b><u>ALTRE RISORSE IN RETE.....</u></b>	<b><u>154</u></b>
<b><u>WEB WRITING SECONDO NIELSEN.....</u></b>	<b><u>155</u></b>
<b><u>Scrivere per il web.....</u></b>	<b><u>160</u></b>
<b><u>CORSI DI SCRITTURA CREATIVA.....</u></b>	<b><u>162</u></b>
<b><u>Corso di scrittura on line di Roberto Cotroneo.....</u></b>	<b><u>162</u></b>

<u>Tecniche di base della Scrittura Creativa.....</u>	<u>164</u>
<u>Corsi di scrittura della HoldenLab.it.....</u>	<u>166</u>
<u>Corsi di scrittura di Omero.it.....</u>	<u>167</u>
<u>Scuoladiscrittura.com di Andrea Di Gregorio.....</u>	<u>169</u>
<u>Altri corsi di scrittura di scrittura creativa.....</u>	<u>171</u>
<u>DOCUMENTI E RISORSE ON LINE.....</u>	<u>175</u>
<u>    Corso di scrittura di Stanislo Niev.....</u>	<u>175</u>
<u>    Uno stile di scrittura accattivante.....</u>	<u>176</u>
<u>    Documenti a stampa on line.....</u>	<u>176</u>
<u>IL MESTIERE DI SCRIVERE.....</u>	<u>178</u>
<u>    Scheda 3: Caratteristiche del web writing.....</u>	<u>190</u>
<u>CONCLUSIONE.....</u>	<u>191</u>
<u>    LINGUAGGIO.....</u>	<u>191</u>
<u>    COMUNICAZIONE.....</u>	<u>194</u>
<u>    PENSIERO.....</u>	<u>197</u>
<u>BIBLIOGRAFIA.....</u>	<u>201</u>
<u>BIBLIOGRAFIA WEB.....</u>	<u>204</u>
<u>    WEBLIOGRAFIA.....</u>	<u>205</u>
<u>    SITOGRAFIA.....</u>	<u>208</u>
<u>    RASSEGNA STAMPA E BIBLIOTECHE ON LINE.....</u>	<u>210</u>

## Introduzione

Tra le definizioni che si possono dare dei nuovi media la più rilevante, ai fini di questa ricerca, sembra essere quella di “tecnologie cognitive”<sup>1</sup>, ovvero, nelle parole di Calvani, «dispositivi in grado di coinvolgere processi interni della mente», strumenti «capaci di specifiche integrazioni con i modi interni del pensiero»<sup>2</sup>.

I nuovi media si relazionano quindi, nella storia dell'evoluzione della cultura, a tutte le altre tecnologie cognitive che si sono accompagnate, nel corso dei secoli, a profonde e radicali trasformazioni nei modi di pensare e di elaborare simboli e informazioni di diversa natura. Ogni innovazione nella tecnologia della comunicazione promuove infatti riorganizzazioni sensoriali e cognitive che trasferiscono una serie di compiti e funzioni interne (mentali) su supporti esterni (fisici), favorendo un alleggerimento del carico cognitivo e un conseguente aumento del grado di benessere. Scrive Pierre Lévy:

Quasi sempre una tecnologia intellettuale esteriorizza, oggettivizza, virtualizza una funzione cognitiva, un'attività mentale. In tal modo essa riorganizza l'economia e l'ecologia intellettuale nel suo insieme e modifica di rimando la funzione cognitiva che avrebbe dovuto limitarsi ad assistere o rafforzare, come attestano i rapporti tra scrittura (tecnologia intellettuale) e memoria (funzione cognitiva)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Definizioni analoghe sono ad esempio quella di Lévy, “tecnologie intellettuali”, e quella di De Kerckhove, “psicotecnologie”, che amplia il concetto di McLuhan di media “come estensioni del sé”: «i sistemi di elaborazione delle informazioni come computer e video sono estensioni di alcune delle principali proprietà tecnologiche della nostra mente. In questo senso possono essere definite tecnologie della psiche: psicotecnologie» (Derrick De Kerckhove, *La pelle della cultura. Un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, Genova, Costa & Nolan, 2000, p. 210).

<sup>2</sup> Antonio Calvani, *I nuovi media nella scuola. Perché, come, quando avvalersene*, Roma, Carocci, 1999, pp. 9-16.

<sup>3</sup> Pierre Lévy, *Il virtuale*, Milano, Raffaello Cortina, 1997, p. 28.

Da una parte si è sempre temuto che ciò, scoraggiando il confronto con problemi di crescente impegno e complessità, determini l'abbassamento qualitativo degli apprendimenti o l'indebolimento di specifiche facoltà intellettuali. Dall'altra, afferma Calvani, la storia mostra anche come dalle nuove sinergie che si instaurano tra mente e medium possano emergere nuove potenzialità costruttive per il pensiero, nuove pratiche cognitive e culturali, nuove forme di rappresentazione della realtà e della conoscenza.

Come scrive Rivoltella:

L'avvento di ogni nuova tecnologia produce una profonda trasformazione del significato delle parole, cambia il nostro modo di pensare la conoscenza e la verità, altera la nostra visione del mondo... La trasformazione tecnologica, come suggerisce Postman, non è né additiva, né sottrattiva: è ecologica. "Io intendo ecologica nello stesso senso in cui la parola viene usata dagli scienziati dell'ambiente". Quando una nuova tecnologia subentra non toglie, né aggiunge nulla al nostro sistema socio-culturale: cambia tutto!<sup>4</sup>

Si avverte quindi, più o meno inconsciamente, che il diffondersi di una nuova tecnologia della comunicazione rappresenta una minaccia per un assetto cognitivo e culturale consolidato; risuonano quindi i primi gridi di allarme, si accendono i dibattiti che, con argomentazioni che si ripresentano di volta in volta simili, vedono fronteggiarsi le contrapposte posizioni, secondo la nota formula di Umberto Eco, degli "apocalittici" (cioè coloro che ritengono un errore e quasi uno scandalo l'abbandono delle forme tradizionali di diffusione del sapere) e degli "integrati" (ossia gli entusiasti ed acritici sostenitori dell'innovazione). Entrambi, come li definisce Postman, zelanti profeti con un occhio solo che vedono solo ciò che vogliono vedere senza rendersi conto che «ogni tecnologia è al tempo

---

<sup>4</sup> Pier Cesare Rivoltella, cit. in Gianna Cappello, "Comunicazione, storia e cultura", <<http://www.scienzeformazione.unipa.it/docenti/comstoriacultura.doc>>.



stesso un danno e una benedizione; non è l'una cosa o l'altra, è l'una cosa e l'altra»<sup>5</sup>.

Ogni valutazione applicabile ai media non può, innanzitutto, prescindere dall'accezione e dalla definizione che si applica al termine "medium"; se ad esempio si considera il medium come "mezzo", "strumento in sé neutro", "semplice canale" deputato al traffico di informazioni, ci si riappropria certo della responsabilità sulla comunicazione e sui messaggi che vengono veicolati, attraverso i media, in una determinata società e cultura; tale impostazione, in seguito criticata e superata, giocò invece un ruolo importante nella prima metà del secolo scorso, nell'equilibrare le contrapposte e decisamente riduttive posizioni sulle quali si arroccavano apocalittici e integrati in seguito alla progressiva diffusione della radio come medium di massa.

A partire dagli anni '50 emergono tuttavia altre e più consapevoli definizioni ed accezioni del termine "medium" che evidenziano particolari aspetti quali:

- la capacità di interferire nell'organizzazione interna del messaggio tramite la selezione della realtà e della conoscenza veicolate (medium come filtro attivo di informazioni);
- la capacità di accrescere il controllo sull'ambiente (medium come amplificatore delle facoltà dell'uomo);
- la possibilità di rappresentare esperienze e dimensioni conoscitive ed estetiche (medium come strumento di esplorazioni conoscitive);
- la capacità di veicolare una matrice intrinseca in grado di organizzare e modellare la conoscenza (medium come sistema noetico).

---

<sup>5</sup> Neil Postman, *Technopoly. La resa della cultura alla tecnologia*, Torino, Bollati Boringhieri, 1993, p. 12.

Tutti aspetti che mostrano come i media (e i nuovi media) possano facilmente diventare il luogo privilegiato di proiezione delle nostre speranze e dei nostri timori riguardo ai possibili sviluppi futuri della società e della cultura. Ma anche spunti di riflessione che convergono verso una definizione di una "ecologia mediale" che, come afferma Calvani, esprime

la necessità di sviluppare un soggetto equilibrato evitando forme di "malnutrizione cognitiva" (eccessi, obesità mediale, o all'opposto scarsezza, assenza di familiarità con alcuni media). Abbiamo bisogno di progettare il contesto educativo con molta saggezza: esperienza diretta, guidata, dialogo, libro, televisione e computer devono trovare il giusto equilibrio nella vita di ciascuno<sup>6</sup>.

### ***Platone, il primo apocalittico***

Nell'analisi delle contrastanti valutazioni che da sempre emergono all'avvento o alla diffusione di una innovazione nelle tecnologie della comunicazione, emblematico (e paradossale) può apparire il caso di Platone che, per dimostrare le conseguenze negative della diffusione della scrittura, racconta nel Fedro la storia di Thamus, re di una città dell'alto Egitto, che un giorno invita Theuth, dio autore di diverse invenzioni, tra cui i numeri, il calcolo, la geometria, l'astronomia e l'alfabeto, ad illustrargli le sue invenzioni. Ecco ciò che scrive Platone di questo incontro:

Il re - narra Socrate a Fedro - gli domandò quale fosse l'utilità di ciascuna di quelle arti e, mentre il dio gliela spiegava, a seconda che gli sembrasse che dicesse bene o non bene, disapprovava oppure lodava. A quel che si narra, molte furono le cose che, su ciascuna arte, Thamus disse a Theuth in biasimo o lode, e per esporle sarebbe necessario un lungo discorso. Ma quando si giunse alla scrittura, Theuth disse: "Questa conoscenza, o re, renderà gli egiziani più sapienti e più capaci

---

<sup>6</sup>Antonio Calvani, *I nuovi media nella scuola...*, cit., p. 55.

di ricordare, perché con essa si è ritrovato il farmaco della memoria e della sapienza".

E il re rispose:

"O ingegnosissimo Theuth, c'è chi è capace di creare le arti e chi è invece capace di giudicare quale danno o quale vantaggio ne ricaveranno coloro che le adopereranno. Ora tu, essendo padre della scrittura, per affetto hai detto proprio il contrario di quello che essa vale. Infatti, la scoperta della scrittura avrà per effetto di produrre la dimenticanza nelle anime di coloro che la impareranno, perché fidandosi della scrittura si abitueranno a ricordare dal di fuori mediante segni estranei, e non dal di dentro e da se medesimi: dunque, tu hai trovato non il farmaco della memoria, del richiamare alla memoria. Della sapienza, poi, tu procuri ai tuoi discepoli l'apparenza e non la verità: infatti essi, divenendo per mezzo tuo uditori di molte cose senza insegnamento, crederanno di essere conoscitori di molte cose, mentre come accade per lo più, in realtà, non le sapranno; e sarà ben difficile discorrere con essi, perché sono diventati portatori di opinioni invece che sapienti"<sup>7</sup>.

Per Platone quindi l'introduzione di un nuovo medium (la scrittura) non porterà che conseguenze negative per gli uomini, decretando la fine della memoria e l'illusione della sapienza. La scrittura serve solo a chi è già sapiente, ma chi deve imparare non può che farlo attraverso l'oralità dialettica, ovvero attraverso l'insegnamento diretto del maestro. La chiarezza e la comprensione sono infatti proprie dell'oralità.

In questo senso Platone può forse essere visto, più che come il primo apocalittico, come l'anticipatore delle riflessioni sui problemi della deriva del significato, della semiosi illimitata e della decodifica aberrante di cui parlano studiosi come Eco: il distacco dalla situazione concreta dell'insegnamento (con quel valore di significato proprio della comunicazione orale) comporta il rischio della perdita dell'*intentio*

---

<sup>7</sup> Platone, *Fedro*, cit. in Gianna Cappello, "Comunicazione, storia e cultura", <<http://www.scienzeformazione.unipa.it/docenti/comstoriacultura.doc>>.

*auctoris* a favore di un'*intentio operis* a cui si accompagna il problema dell'oggettività del significato e della sua interpretabilità da parte del lettore. Ad ogni modo, per dirla con Calvani,

quello che Platone non poteva intravedere erano gli effetti indiretti che si sarebbero prodotti nel tempo: a fronte di una relativa perdita delle capacità mnemoniche la scrittura avrebbe posto i presupposti per lo sviluppo di nuove forme di pensiero e della moderna organizzazione dei saperi<sup>8</sup>.

### ***L'avvento dell'alfabeto greco***

Secondo Havelock il passaggio cruciale nell'evoluzione della scrittura coincide con l'introduzione dell'alfabeto nel mondo greco; è infatti con l'avvento della scrittura alfabetica in Grecia che il sapere inizia a svilupparsi e riprodursi prevalentemente attraverso l'esercizio della scrittura manuale.

Se infatti le prime forme di scrittura, composte di simboli visivi, apparvero verso il 3000 a.C., si passò in seguito, verso il 1500 a.C., all'invenzione di segni dotati di valori fonetici corrispondenti alle sillabe, unità fonetiche pronunciabili ed empiricamente identificabili. I "sillabari" però, dato l'elevato numero di sillabe, erano ancora difficilmente memorizzabili e poco maneggevoli. I Fenici tentarono di risolvere il problema realizzando un sistema "stenografico" che raggruppava le sillabe accomunate dalla medesima consonante iniziale; come fa notare Havelock «la drastica economia [...] si otteneva a prezzo di una drastica ambiguità»<sup>9</sup>; il lettore doveva capire infatti quale vocale inserire tra le possibili.

---

<sup>8</sup> Antonio Calvani, *I nuovi media nella scuola...*, cit., p. 19.

<sup>9</sup> Eric A. Havelock, *La musa impara a scrivere. Riflessioni sull'oralità e l'alfabetismo dall'antichità al giorno d'oggi*, Bari, Laterza, 1987, p. 76.

I Greci, verso il 700 a.C, compirono le modifiche decisive al sistema fenicio mettendone a punto uno decisamente più efficiente ed in grado di rendere visibile qualunque suono pronunciato.

Mentre i sistemi pregreco rimasero ancorati alla sillaba i Greci superarono l'empirismo, astraendo quegli elementi non pronunciabili contenuti nelle sillabe, che oggi noi chiamiamo consonanti<sup>10</sup>.

La specifica proprietà dell'alfabeto, rispetto alle forme di rappresentazione grafica dei suoni che lo hanno preceduto, è quella di produrre nella pratica linguistica una progressiva separazione tra la vista, il suono e il significato, che conduce all'apparizione di segni grafici in se stessi insignificanti, corrispondenti a segni vocali in se stessi ugualmente insignificanti<sup>11</sup>.

L'alfabeto greco si situa quindi al culmine di un cammino evolutivo che richiede e che si accompagna a sempre più articolate capacità astrattive e di elaborazione simbolica.

### ***Dalla cultura orale alla cultura chirografica***

La prima rilevante conseguenza della diffusione della scrittura, come si è visto, è quindi una perdita del valore della funzione interna della memoria, sulla quale, in una cultura orale, si fondava la conservazione della conoscenza. Ai poeti e agli anziani, "specialisti della memoria", veniva assegnato, in queste società, il ruolo di custodi di una determinata tradizione culturale e del suo relativo codice morale. Gli effetti sul linguaggio (e sul pensiero) sono il ricorso ad accorgimenti che servono per aiutare a ricordare, come formule e moduli ritmici e circolari, allitterazioni

---

<sup>10</sup> Antonio Calvani, *Dal libro stampato al libro multimediale. Computer e formazione*, Firenze, La Nuova Italia, 1990, p. 67.

<sup>11</sup> Gian Piero Jacobelli, *Scomunicare*, Roma, Meltemi, 2003, p. 68.

e assonanze, temi standard e strutture basate sulla ripetizione, sulla ridondanza e sull'antitesi. Scrive Walter Ong: «il pensiero è intrecciato ai sistemi mnemonici, i quali determinano anche la sintassi»<sup>12</sup>; si privilegia infatti la paratassi, l'uso delle congiunzioni e/o rispetto ai connettivi logici "mentre", "quando", "così", ecc.

Viene citato, a proposito della perdita d'importanza della funzione interna della memoria determinata dalla pratica della scrittura (medium che si configura in questo caso come un'estensione della mente), un aneddoto che riguarda Einstein:

Mentre era in visita a Boston, un giorno gli fu chiesto di rispondere ai quesiti contenuti in un famoso questionario, redatto dall'inventore Thomas Edison e che veniva impiegato per valutare l'efficienza dell'educazione universitaria statunitense. Già dopo aver letto la prima domanda "Qual è la velocità del suono?", Einstein rispose placidamente "Non lo so, non mi imbottisco la memoria con questi dati che posso facilmente trovare in ogni libro di testo".

La mente, liberatasi da un notevole carico cognitivo, può svincolare quindi l'attività del pensiero dalle forme che erano funzionali al richiamare a memoria ed indirizzarsi verso altre forme creative; si apre così la strada ad un tipo di pensiero più analitico e razionale, astratto e descrittivo, favorito dalla possibilità offerta dalla scrittura di poter tornare agevolmente sui percorsi e sulle premesse che fondano il proprio pensiero ed il proprio discorso (analisi retrospettiva).

Viene incoraggiata inoltre l'innovazione: una società orale è infatti una società in sé chiusa, tradizionale e conservatrice, nella quale il sapere viene raggiunto, accumulato e tramandato con difficoltà; la scrittura, affrancando la mente dal gravoso compito di conservare tutto il sapere di una società,

---

<sup>12</sup> Walter J. Ong, *Oralità e scrittura*, Milano, Il Mulino, 1986, p. 63.

stimola la scoperta e l'esplorazione di nuove acquisizioni, di nuove speculazioni, di nuove invenzioni. Scrive in proposito Ong:

La scrittura, e più ancora la stampa, immagazzinando la conoscenza al di fuori della mente, degrada l'immagine dei vecchi saggi, semplici ripetitori del passato, in favore dei più giovani scopritori di cose nuove<sup>13</sup>.

A ciò si accompagna anche la nascita del senso della storia: il passato inizia ad essere conservato nei documenti; termina la cultura del presente immobile, della «*certezza del tempo ciclico*» e inizia a formarsi il senso dello sviluppo storico, che poi, in epoca moderna, si farà «*certezza del progresso storico*»<sup>14</sup>.

La separazione del linguaggio da chi lo produce e la sua oggettivazione in un supporto fisico determinano inoltre il distacco dall'esperienza comunicativa concreta (e da un tipo di pensiero prevalentemente situazionale) situata nel contesto presente. Viene sollecitato quindi il ricorso a generalizzazioni, classificazioni, categorie, definizioni, alla logica formale. Si fa ad esempio più frequente l'uso di concetti astratti quali "onestà" e "giustizia", prima non facilmente separabili da specifiche persone o atti concreti. Si passa inoltre da una maggiore attenzione al fare e all'azione ad una all'essere.

Il distacco dalla situazione concreta della comunicazione interpersonale si accompagna inoltre all'allontanamento da certe caratteristiche della

---

<sup>13</sup> Walter J. Ong, *op. cit.*, p. 70.

<sup>14</sup> Secondo Morin, oggi, sfaldatosi il mito del progresso storico, emersa con Hiroshima la consapevolezza dell'ambivalenza della scienza e morta quella modernità che si definiva «attraverso la fede incondizionata nel progresso, nella tecnica e nella scienza, nello sviluppo economico», si compie la presa di coscienza *dell'incertezza storica*: «un progresso è certo possibile, ma è incerto»; Edgar Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2001, pp. 72-83.

cultura orale quali il tono agonistico, enfatico e partecipativo degli scambi verbali. Le pratiche della cultura orale infatti, a differenza di quanto avviene con le pratiche della scrittura e della lettura, favoriscono l'estroversione, il coinvolgimento e la partecipazione piuttosto che l'isolamento, l'introversione e il distacco emotivo.

La parola, nel momento in cui viene fissata, perde in un certo senso il suo carattere magico, il suo valore suggestivo, il suo potere di creare effetti su chi ascolta. Ma secondo altre interpretazioni la retorica si sviluppa proprio con la scrittura: se la scrittura infatti, decontestualizzando il discorso orale, comporta un progressivo disincantamento del mondo,

la parola parlata riesce a recuperare un nuovo incantamento, in grado di cambiare artificiosamente i "segni del tempo". In altre parole, la scrittura crea una sensibilità nuova per le possibilità dell'oralità e consente di usarne come un'alternativa espressiva, ma anche ideologicamente condizionante<sup>15</sup>.

Indicativa, a questo proposito, potrebbe essere anche la seguente riflessione:

La frase classica "scripta manent, verba volant" - che ai giorni nostri è passata a significare "ciò che è scritto rimane, ciò che è detto svanisce nell'aria" - esprimeva l'esatto opposto; fu coniata in lode della parola pronunciata ad alta voce, che ha le ali e può volare, rispetto alla parola muta scritta sulla pagina, che è immobile, morta<sup>16</sup>.

Si presume infine che la scrittura abbia determinato la nascita dei concetti di *logos* e *psyche*: il *logos* è il linguaggio reso oggetto, la *psyche* è l'individuo separato dalla sua manifestazione, azione linguistica. Come scrive Havelock la nascita del concetto di "Io" nasce solo «quando il linguaggio prese ad essere separato visivamente dalla persona che lo

<sup>15</sup> Gian Piero Jacobelli, *op. cit.*, p. 67.

<sup>16</sup> Alberto Manguel, *Una storia della lettura*, Milano, Mondadori, 1997, p. 55.



pronunciava, così pure la persona, fonte del linguaggio, venne ad assumere maggiore rilievo»<sup>17</sup>.

## ***Dalla cultura chirografica alla cultura tipografica***

Nonostante le innovazioni cognitive favorite dalla scrittura per molti secoli la società rimase ancorata all'oralità: i manoscritti erano infatti perlopiù destinati ad essere letti in pubblico.

L'avvento della stampa alfabetica a caratteri mobili, oltre ad aver catalizzato e diffuso molte delle dinamiche evolutive inaugurate dalla scrittura, introduce anche elementi di innovazione nell'attività cognitiva del pensiero.

Il testo stampato, più facile da leggere, favorisce ulteriormente la pratica della privatizzazione della lettura (l'atto comunicativo si fa individuale, non più strettamente dipendente dal rapporto interpersonale), l'esame retrospettivo, l'interiorizzazione dell'io, il senso della storia, lo sviluppo del pensiero scientifico.

L'accresciuta disponibilità di testi rende finalmente perseguibile l'ideale di una alfabetizzazione universale, mentre l'accumulo ed il confronto di quantità enormi di informazioni determina l'affermarsi di ulteriori abilità di tipo analitico e la creazione delle prime tassonomie.

Dall'esigenza di gestire una quantità sempre crescente di informazione si sviluppano infatti forme di organizzazione del contenuto che condizionano analoghe funzioni mentali e rappresentazioni cognitive: la conoscenza si suddivide in capitoli e sezioni, si ordina in indici, si veicola

---

<sup>17</sup> Eric A. Havelock, *op. cit.*, p. 141.

con una ortografia standardizzata e attraverso una successione sequenziale delle frasi.

Si genera inoltre un senso di chiusura cognitiva, favorita dall'impressione che l'opera sia un'unità autonoma e compiuta.

La stampa incoraggia un senso di chiusura, l'impressione che ciò che si trova in un testo sia finito, abbia raggiunto lo stato di completezza. Questa sensazione influisce sulla letteratura, sulla filosofia analitica e sul lavoro scientifico.

Isolando il pensiero sulla superficie scritta, separata da qualsiasi interlocutore, e in questo senso rendendo l'espressione autonoma e indifferente all'attacco, la scrittura presenta espressione e pensiero come separati dal resto, in qualche modo autonomi e completi<sup>18</sup>.

Il libro, aspirando all'autosufficienza, diventa *manuale*, influenzando a livello epistemologico sulla struttura disciplinare del sapere: ogni disciplina si fa chiusa in se stessa, autoreferente, organicamente completa, poco o nulla dialoga con le altre discipline.

Inoltre,

per la prima volta si fa l'ipotesi che il significato venga dato dal testo, non dalle conoscenze precedenti codificate... e neppure dal contesto percettivo nel quale la frase era stata detta, ma piuttosto dalla struttura stessa del discorso<sup>19</sup>.

La consapevolezza dell'autonomia del testo, secondo Olson, sembra infatti aver favorito Lutero nel sostenere che il testo della Bibbia offra al suo interno un contesto sufficiente per determinarne il significato, senza il bisogno di un apparato esterno preposto istituzionalmente alla sua interpretazione.

---

<sup>18</sup> Walter J. Ong, *op. cit.*, p. 187.

<sup>19</sup> David Olson, *Media and symbols. The forms of expression, communication and education*, Chicago, Chicago University Press, 1974, p. 153.

Sia Olson che Ong affermano infine che l'idea del testo come sistema chiuso e autosufficiente abbia influenzato considerevolmente vari movimenti e settori della cultura, determinando ad esempio la nascita della logica moderna e del Romanticismo. La prima può essere vista come la «conseguenza della tecnica di costruire asserzioni da cui altre asserzioni possono essere tratte per implicazione»<sup>20</sup>.

La nascita del Romanticismo potrebbe invece derivare dall'anelito a soddisfare i criteri di originalità e creatività dell'opera che si sono rafforzati con la nozione del testo come unità in se stessa chiusa, autonoma, individuale.

### ***Dalla cultura tipografica alla cultura di massa***

Il processo che ha portato alla capillare diffusione dei mezzi di comunicazione, tanto da definire la cultura che su questi media si struttura come "di massa"<sup>21</sup>, è in realtà un processo avviatosi nel corso del Settecento con lo sviluppo del sistema editoriale, alimentatosi con la diffusione dell'alfabetizzazione ed evolutosi in un crescendo di innovazioni tecnologiche (a partire dal telegrafo che, oltre ad aver introdotto l'elettricità come supporto per la comunicazione, ha permesso ai giornali di essere aggiornati in tempi rapidi su novità lontane nello spazio) fino a culminare con l'avvento e la diffusione di radio, cinema e televisione.

---

<sup>20</sup> Antonio Calvani, *Dal libro stampato al libro multimediale*, cit., p. 75.

<sup>21</sup> Si fa spesso notare che la definizione di "comunicazioni di massa" è ambigua: infatti i confini tra comunicazioni intrapersonali, interpersonali e «comunicazioni che coinvolgono grandi masse non sono affatto così scontate come si potrebbe pensare»; ad ogni modo per "comunicazioni di massa" si intendono «*le tecnologie di comunicazione a larga scala organizzate in broadcasting*». Ugo Volli, *Il libro della comunicazione. Idee, strumenti, modelli*, Milano, Il Saggiatore, 1994, pp. 203-211.

Ad ogni innovazione e diffusione di una tecnologia cognitiva si sono affiancati i dibattiti, i quali sembrano essersi concentrati su due principali questioni:

- da una parte ci si chiede se l'istanza democratizzante, implicita nella diffusione di un medium, non comporti necessariamente una ricaduta nella qualità culturale delle comunicazioni;
- dall'altra si teme un'influenza totalizzante e manipolante dei media sulle masse.

La prima questione emerge nel momento in cui lo sviluppo editoriale spinge l'editore, figura professionale che si separa dalle altre funzioni dello stampatore, del curatore e del libraio, a modificare la sua attività in senso imprenditoriale e a favorire le prime forme di editoria di massa: affiorano in questo periodo, insieme all'entusiasmo per la democratizzazione dell'informazione e della cultura, le prime preoccupazioni sull'abbassamento della qualità che alcuni generi letterari e giornalistici sembrano favorire. Come scrive Cadioli:

Nessuno può dire che la produzione di libri nel Settecento e nell'Ottocento fu di "massa" nel senso novecentesco, ma si può tuttavia sottolineare che sempre, in presenza di un'estensione della diffusione della cultura, della letteratura, della divulgazione scientifica o filosofica, emergono problemi che riguardano il difficile equilibrio tra innovazione e qualità dei prodotti offerti<sup>22</sup>.

### ***Le teorie sull'influenza sociale dei media***

La seconda questione, che concerne il tema dell'influenza sociale dei media, si sviluppa all'inizio del XX secolo, con la consapevolezza che, con

---

<sup>22</sup> Alberto Cadioli, *Dall'editoria moderna all'editoria multimediale*, Unicopli, Milano 1999, cit. in Giulio Lugli, *Parole on line. Dall'ipertesto all'editoria multimediale*, Milano, Angelo Guerrini e associati, 2001, p. 31.

la loro diffusione, i media hanno assunto un ruolo sempre più rilevante all'interno della struttura della società.

Nella seconda edizione de *La folla criminale* del sociologo italiano Scipio Sighele (1868-1913), pubblicata nel 1901, si afferma come gli organi di stampa rappresentino delle "forme di suggestione" con le quali il giornalista manovra la sua influenza su passivi lettori visti come «una massa plasmabile su cui la sua mano lascia la propria impronta»<sup>23</sup>.

In seguito Harold D. Lasswell (1902-1978) nel suo saggio *Propaganda techniques in the world war*, pubblicato nel 1927, propone, in una prospettiva ispirata alla psicologia comportamentista, la sua teoria dell'"ago ipodermico", nella quale si assimila il messaggio persuasivo ad uno "stimolo" che, se opportunamente predisposto, può indurre nel destinatario una "risposta" nella direzione voluta dalla fonte: la modificazione di un comportamento pro-sociale, elettorale, o d'acquisto.

La teoria, in seguito contestata da diversi studiosi delle comunicazioni di massa, tra cui Lang e Lang, McQuail e Wolf<sup>24</sup>, in quanto non supportata da dati scientifici, ha comunque il merito di rispecchiare una diffusa opinione dell'epoca che non mancò di manifestare il suo impatto sociale nell'organizzazione legislativa e burocratica (ad esempio il Ministero per la Propaganda nella Germania nazista) e nell'incremento delle strategie propagandistiche di organismi ed istituzioni totalitari che si verificò negli anni trenta, con la diffusione della radio.

---

<sup>23</sup> Armand Mattelart e Michèle Mattelart, *Storia delle teorie della comunicazione*, Milano, Lupetti, 1997, p. 20.

<sup>24</sup> Lang e Lang (1981), McQuail (1983) e Wolf (1985), cit. in Mauro Wolf, *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani, 1992, p. 31.

In seguito, le ricerche empiriche condotte negli anni '40 e '50 dalla *Communication Research* (Lazarsfeld e collaboratori) sugli effetti a breve termine dei media (ovvero sugli effetti persuasivi) attenuarono l'opinione degli anni precedenti proponendo la cosiddetta teoria "degli effetti limitati" che dimostra come l'influenza dei media non possa prescindere dall'influenza del contesto sociale e dalle opinioni pregresse dei fruitori.

Nella seconda metà degli anni sessanta la sempre maggiore estensione, articolazione e diffusione delle comunicazioni di massa, la crisi progressiva della dimensione comunitaria con il conseguente indebolimento della funzione di mediazione svolta dai gruppi sociali e lo spostamento di interesse della sociologia delle comunicazioni di massa dalla ricerca sugli effetti a breve termine a quelli a lungo termine, crearono le condizioni per un recupero della nozione di *powerful mass media* (slogan coniato da E. Noelle-Neumann nel suo saggio del 1973 *Return to the Concept of the Powerful Mass Media*) a cui seguirono tutta una serie di teorie (Agenda-setting di M.E.McCombs e E.F.Shaw, Spirale del silenzio di E.Noelle Neumann, la teoria della Coltivazione formulata da G.Gerbner, media come costruttori di realtà sociale,...) che si concentrano su diversi aspetti dell'influenza a lungo termine esercitata dai mass-media e soprattutto dalla televisione<sup>25</sup>.

### ***L'era dell'oralità secondaria***

Al di là delle teorie sull'influenza sociale dei media, che testimoniano l'interesse e la preoccupazione di un'epoca che non ha ancora

---

<sup>25</sup> Gianni Losito, *Il potere dei media*, Roma, La nuova Italia scientifica, 1994, pp. 129-155.

metabolizzato rilevanti innovazioni nelle tecnologie della comunicazione che già si ritrova, suo malgrado, ad affrontare altre ed altrettanto rilevanti evoluzioni (quella digitale, il computer e quella telematica, la Rete), si riscontrano, nella prospettiva storica fin qui condotta, elementi che spingono certi autori a riflettere sulle differenze tra culture basate sull'oralità e culture basate sulla scrittura e a considerare la cultura elettronica come una oralità di ritorno, una oralità secondaria. Scrive ad esempio Ong:

Solo ora, nell'era dell'elettronica, ci rendiamo conto delle differenze esistenti fra oralità e scrittura; sono stati infatti le diversità fra i mezzi elettronici e la stampa che ci hanno reso consapevoli di quelle precedenti tra scrittura e comunicazione orale. L'era elettronica è anche un'era di oralità di ritorno, quella del telefono, della radio, della televisione, la cui esistenza dipende dalla scrittura e dalla stampa<sup>26</sup>.

La fase più recente della storia della comunicazione, la fase dell'oralità secondaria, dominata dagli strumenti della tecnologia elettrica ed elettronica (il telegrafo, il telefono, la radio e la televisione), che hanno radicalmente trasformato i criteri di scambio delle informazioni producendo eccezionali conseguenze in tutti i settori della società e della cultura, ha, secondo l'autore,

sorprendenti somiglianze con quella più antica per la sua mistica partecipatoria, per il senso della comunità, per la concentrazione sul momento presente e persino per l'utilizzazione di formule. Ma si tratta di un'oralità più deliberata e consapevole, permanentemente basata sull'uso della scrittura e della stampa, che sono essenziali per il funzionamento delle attrezzature, nonché per il loro uso. L'oralità secondaria è molto simile, ma anche molto diversa da quella primaria. Come quest'ultima, anche la prima ha generato un forte senso comunitario, poiché chi ascolta le parole parlate si sente un gruppo, un

---

<sup>26</sup> Walter J. Ong, *op. cit.*, p. 21.

vero e proprio pubblico di ascoltatori, mentre la lettura di un testo scritto o stampato fa ripiegare gli individui su di sé<sup>27</sup>.

E' quindi una oralità che si fonda sulla scrittura ma, analogamente alla cultura orale primaria, si muove in direzione di un maggior coinvolgimento, di una maggiore, anche se fittizia, partecipazione.

Da un punto di vista cognitivo si rileva invece come i media elettronici implicino, nelle loro modalità fruibili, *brainframes* diversi rispetto alla lettura di un libro; l'audiovisivo, ad esempio induce l'occhio ad attraversare l'immagine con sguardi diffusi, a registrare il materiale informativo in una «memoria di transito continuamente rinnovata»<sup>28</sup> ed implica una modalità conoscitiva di tipo percettivo, analogico e olistico; la lettura alfabetica avanza invece analiticamente secondo la linea stabilita dal testo ma con la possibilità di soffermarsi e di ritornare indietro e richiede un impegno di rielaborazione simbolica più complesso; diverso è anche il grado di *focus* mentale richiesto: un focus alto, con il quale si affronta di solito la lettura, implica un'attenzione alta, una consapevolezza mirata, un tipo di pensiero più razionale, analitico e penetrante, mentre un focus basso, presente normalmente durante la fruizione audiovisiva, si accompagna ad una maggiore rilassatezza e ad un tipo di pensiero più diffuso e orientato all'associatività.

---

<sup>27</sup> Ivi, p. 191.

<sup>28</sup> Antonio Calvani, *I nuovi media nella scuola*, cit., p. 23.



## ***Determinismo tecnologico***

Prima di discutere sulle implicazioni del cambio di paradigma che sembra realizzarsi con la diffusione dei nuovi media potrebbe essere utile riconsiderare in un'ottica alternativa la chiave di lettura che ha sostenuto il percorso fin qui condotto e che può essere ben rappresentata dalla seguente affermazione di Ong:

Il passaggio dalla oralità alla scrittura e da questa all'elaborazione elettronica comporta un mutamento nelle strutture sociali, economiche, politiche, religiose<sup>29</sup>.

Confrontando infatti, nelle diverse epoche storiche, i mezzi di comunicazione utilizzati con i modi di produzione e di organizzazione sociale risulta immediato sostenere una tale interpretazione.

<b><i>Intervalli Cronologici</i></b>	<b><i>Mezzi di trasmissione</i></b>	<b><i>Modi di produzione</i></b>	<b><i>Organizzazione sociale</i></b>
1.000.000 – 90.000 a.C.	Gesti e rumori	Caccia e raccolta	Tribale
90.000 – 40.000 a.C.	Transizione verso il linguaggio verbale	Caccia e raccolta	Tribale
40.000 – 6.000 a.C.	Oralità	Caccia e raccolta	Tribale
6.000 – 3.000 a.C.	Transizione verso la scrittura	Agricoltura	Cittadino - imperiale
3.000 a.C. – 1.500 d.C.	Scrittura	Agricoltura	Cittadino - imperiale
1.500 – 1840 d.C.	Stampa	Agricoltura e artigianato	Nazionale
1840 – 1994 d.C.	Media elettrico/elettronici	Industria e servizi	Nazionale
1994 d.C. –	Rete	Informazione	Globale

<sup>29</sup> Walter J. Ong, *op. cit.*, p. 21.

Tratto da: Giulio Lughi, *op. cit.*, p. 139.

Altri studiosi, pur non negando la rilevanza del rapporto tra mezzi di comunicazione utilizzati ed altri settori della cultura e della società, evidenziano i possibili limiti di una metodologia di ricerca che rischia di proporre una chiave di lettura troppo riduttiva e assolutista, che sembra suggerire inevitabilmente un “determinismo monocausale”<sup>30</sup>.

Bolter, ad esempio, nell'introduzione all'edizione aggiornata de *Lo spazio dello scrivere*, propone una visione più moderata, distaccandosi da una «retorica tuttora popolare della quale McLuhan, Ong e altri sono stati pionieri» nella quale riconosce di essere caduto anche lui nella prima edizione del suo saggio.

Senza rinnegare McLuhan e Ong ma distanziandosi da un certo determinismo tecnologico, Bolter precisa così il suo pensiero:

La scrittura non va concepita come un fattore tecnico che influenza e trasforma la prassi culturale dall'esterno; essa è sempre parte integrante della cultura. Probabilmente è meglio impostare il problema in questo modo: la tecnologia non determina la direzione in cui si muovono cultura e società, perché non è un agente esterno ad essi<sup>31</sup>.

Ovvero ogni tecnologia della comunicazione si configura sì come un agente del cambiamento ma non opera in modo autonomo o contrario rispetto ad altri campi della cultura; si profila piuttosto un dialogo tra cultura e tecnologia strettamente connesso con le pratiche che intorno alle

---

<sup>30</sup> Tra gli studiosi che nelle loro ricerche appuntano tale osservazione si rilevano Jack Goody (*La logica della scrittura della scrittura e l'organizzazione della società*, Torino, Einaudi, 1988), Michael Heim (*Electric language: a philosophical study of word processing*, Yale, Yale University Press, 1987) ed il successivamente citato Jay David Bolter (*Lo spazio dello scrivere: Computer, ipertesto e la ri-mediazione della stampa*, Milano, Vita e Pensiero, 2002).

<sup>31</sup> Jay David Bolter, *op. cit.*, p. 5.

nuove tecnologie si sviluppano e che inizia ad avere effetti strutturanti solo nel momento in cui tali pratiche si diffondono nella società.

Il concetto di "ipertesto", ad esempio, è precedente alla sua realizzazione concreta, mentre sia "la pratica ipertestuale" che la "lettura interattiva", come hanno fatto notare diversi autori<sup>32</sup>, sono rintracciabili nelle sottaciute o dichiarate relazioni che ogni testo instaura con gli altri testi e nelle relazioni che ogni lettore inferisce tra il testo e le sue conoscenze pregresse. L'ipertesto si configura quindi come la realizzazione ed il potenziamento, permessi dall'innovazione tecnologica, di una pratica cognitiva che si presume abbia da sempre (o quasi) accompagnato la scrittura e la lettura.

### ***Dalla cultura di massa alla cultura multimediale***

Le evoluzioni in atto (talmente rapide e rilevanti da apparire, nell'insieme delle loro implicazioni, come una vera e propria rivoluzione) concorrono nella ricerca di definizioni appropriate da applicare ai possibili sviluppi culturali e sociali che sembrano profilarsi. Tra le tante accezioni che vengono veicolate nel momento della scelta dei termini che compongono una definizione si è scelto qui di prediligere il termine "multimediale" per

---

<sup>32</sup> Barbara Gasparini (Bettetini Gianfranco, Barbara Gasparini, Nicoletta Vittadini, *Gli spazi dell'ipertesto*, Milano, Bompiani, 1999) segnala tra gli altri: Roland Barthes (in *S/Z*, Torino, Einaudi, 1973, p. 10), che fa riferimento ad un "leggere sollevando la testa", interrompendo la linearità del libro per seguire il percorso delle proprie sollecitazioni; Gérard Genette (*Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Seuil, 1982, p. 16), che nota, come costanti della letteratura, il fatto che «non ci sia opera letteraria che[...] non ne evochi un'altra» e che, per questo, «tutte le opere sono ipertestuali»; per poi concludere con Italo Calvino (*Lezioni americane: Sei proposte per il prossimo millennio*, Milano, Mondadori Editore, 1993, pp. 116-127), cogliendo il rapporto tra "vocazione del romanzo contemporaneo" e ipertestualità (di cui si discuterà in seguito).

sottolineare il carattere di convergenza, implicito nel termine, e che ben rappresenta alcune delle dinamiche in corso. Altri termini e definizioni rilevanti possono essere senza dubbio: “cultura digitale”, “cultura ipertestuale”, “cultura connettiva”, “cultura interattiva”, “cultura informatica”,...

Prima di considerare quindi, con le dovute cautele, la naturale applicazione della prospettiva fin qui condotta, che porterà inevitabilmente a chiedersi quali trasformazioni culturali e sociali potrebbero venire favorite dalle innovazioni nelle tecnologie della comunicazione, è opportuna un'altra riflessione preliminare: ogni nuovo medium, nel momento della sua comparsa e nel momento della sua diffusione non ha mai eliminato i precedenti; piuttosto ha assegnato «loro una nuova collocazione funzionale nel sistema»<sup>33</sup>, nel senso che ogni medium si è specializzato nel veicolare i generi testuali più adatti alle proprie caratteristiche e che ogni genere testuale ha un suo mezzo trasmissivo preferenziale.

Le reti telematiche digitali sembrano invece avere la possibilità di veicolare qualsiasi genere testuale, indipendentemente dai supporti sui quali storicamente sono nati e si sono sviluppati; si può quindi presumere che i nuovi media si presentino per certi versi come un'alternativa ai mezzi di trasmissione tradizionali, i quali d'altra parte possono ancora competere con i nuovi media grazie a caratteristiche relative al contesto fruitivo e a requisiti di funzionalità culturale (ad esempio la maggiore maneggevolezza, trasportabilità e familiarità del libro e del giornale rispetto al computer).

---

<sup>33</sup> Giulio Lughì, *op. cit.*, p. 140.

Può essere utile, a questo punto, l'introduzione del concetto di "ri-mediazione", formulato recentemente da Bolter come una «fase di competizione culturale tra due o più tecnologie della comunicazione» nella quale «il nuovo medium imita alcuni tratti del vecchio, ma allo stesso tempo si presenta, esplicitamente o implicitamente, come suo miglioramento o superamento»<sup>34</sup>.

Il World Wide Web, secondo l'autore, è il frutto dell'assimilazione e *ri-mediazione* di quasi tutti i precedenti media visivi e testuali, compresi la televisione, il cinema, la radio e la stampa, i quali, d'altra parte possono *ri-mediare* i media più recenti: ad esempio il cinema tradizionale con l'utilizzo della grafica computerizzata, o la televisione con lo sfruttamento massiccio dei nuovi media, tanto che «spesso il teleschermo sembra sintonizzato su una pagina del World Wide Web»<sup>35</sup>. Come già esposto in precedenza, l'introduzione di una nuova tecnologia cognitiva non aggiunge e non elimina nulla al sistema di comunicazioni: cambia tutto.

### ***Una scrittura di ritorno?***

Le dinamiche di convergenza, di assimilazione e di *ri-mediazione* proprie dei nuovi media ci fanno riflettere su una possibile integrazione tra le implicazioni cognitive dei media elettronici con quelle più tradizionali dei media a stampa: se i media elettronici hanno favorito, come si è visto, pratiche fruttive analoghe a quelle rilevate nelle culture orali, nell'ambito dei nuovi media si assiste, proprio negli ultimi anni, ad una accresciuta

---

<sup>34</sup> Jay David Bolter, *Lo spazio dello scrivere...*, cit., p. 41.

<sup>35</sup> Jay David Bolter e Richard Grusin, *Remediation. Understanding new media*, MIT Press, Cambridge 1999, cit. in Pietro Venturini, "Il medium è ciò che Ri-media", <[http://filosofia.dipafilo.unimi.it/hermes/hermes\\_2002/testedit.php?cid=322](http://filosofia.dipafilo.unimi.it/hermes/hermes_2002/testedit.php?cid=322)>.

consapevolezza del valore comunicativo della scrittura come veicolo preferenziale per la trasmissione di contenuti. Se prima quindi si profilava un'oralità di ritorno si può oggi profilare un ritorno alla scrittura? In realtà, nel processo di *ri-mediazione*, la scrittura (quella on line) sembra acquisire alcune caratteristiche dell'oralità primaria e secondaria: la preferenza per la paratassi piuttosto che per l'ipotassi, la volontà di coinvolgere e di creare comunità e senso di appartenenza, la "mistica partecipatoria" e l'uso di formule; si vedano ad esempio, come indizi di una volontà comunicativa che si basa sulla scrittura ma che aspira ad una integrazione tra i linguaggi (oltre agli *emoticon*) le analogie tra le *Norme per la redazione di un testo radiofonico* di Carlo Emilio Gadda<sup>36</sup>, le *Lezioni americane* di Italo Calvino<sup>37</sup> e le linee guida sulla scrittura on line redatte dai diversi esperti di *web usability* e *web writing*<sup>38</sup>. Ci si trova di fronte, a mio parere, ad una scrittura che aspira a mantenere quella lucidità d'analisi, quella precisione e quell'aderenza al significato che derivano proprio dalla sua pratica millenaria, ma che non vuole rinunciare al coinvolgimento emotivo, alla chiarezza e alla volontà di produrre effetti, caratteristiche tipiche della comunicazione orale e interpersonale. Luisa Carrada, ad esempio, nel sostenere che lo stile della scrittura on line è «uno stile più asciutto, più personale e diretto, più quotidiano, più vicino al dialogo e alla conversazione» specifica anche che non si riferisce alla «lingua parlata, con

---

<sup>36</sup> Carlo Emilio Gadda [frontespizio anonimo], *Norme per la redazione di un testo radiofonico*, Edizioni radio italiana, 1953. Rist. anastatica, 1989.

<sup>37</sup> Italo Calvino, *op. cit.*

<sup>38</sup> Tra questi, Jacob Nielsen (*Web Usability*, Milano, Apogeo, 2000), Steve Krug (*Don't make me think. Un approccio di buon senso all'usabilità web*, Milano, Hops libri, 2000) e in Italia la successivamente citata Luisa Carrada, della quale si approfondirà la sua lettura delle *Lezioni americane* di Calvino nel paragrafo dedicato all'analisi del suo sito [Mestierediscrivere.com](http://Mestierediscrivere.com).

le sue inevitabili scorrettezze e sciatterie», ma proprio alla «conversazione, ovvero un dialogo meditato ed educato, in cui le parole si scelgono con attenzione e con rispetto per l'interlocutore»<sup>39</sup>.

Un altro elemento che gioca a favore di una integrazione tra la scrittura e ad alcune caratteristiche tipiche della cultura orale si rileva nelle riflessioni che hanno per oggetto il rapporto tra la quantità di stimoli comunicativi a cui siamo virtualmente ed attualmente sottoposti e le nostre capacità di assorbire tali stimoli.

Con l'esplosione di testi e pubblicazioni sia su supporti cartacei che magneto-ottici (sia off-line che on-line) ritorna, per motivi differenti da quelli rilevabili in una cultura orale, il valore della memoria; nelle parole di Lughi:

Il criterio di valore comincia a cambiare: mentre nell'era della stampa più si pubblicava più si valeva, ora comincia a farsi strada la capacità di condensare e di evidenziare, di giungere a formule dense e memorizzabili, di costruire un racconto. In questo senso c'è una convergenza con l'oralità: nell'oralità ciò che conta non è l'abbondanza, che è dispersiva e sviante, ma la capacità di stringere e far ricordare<sup>40</sup>.

«La memoria è l'impresa comunicativa più difficile»<sup>41</sup>, scriveva Ugo Volli per mettere in evidenza il rapporto, sempre più sproporzionato, tra le capacità produttive dell'industria culturale e la nostra limitata capacità di assimilare, selezionare l'informazione, di consumare senso, di apprendere; ma anche il fatto che ogni messaggio veicolato si trova a dover concorrere con una vastissima quantità di altri messaggi, nel tentativo di catturare la

---

<sup>39</sup> Luisa Carrada, *Scrivere per Internet*, Milano, Lupetti-Editori di comunicazione, 2000 p. 52.

<sup>40</sup> Giulio Lughi, *op. cit.*, p. 38.

<sup>41</sup> Ugo Volli, *op. cit.*, p. 269.

nostra attenzione e quindi di sopravvivere all'interno della limitatezza della *semiosfera*<sup>42</sup>, nel tentativo di prolungare la propria eco, la propria curva di diffusione e non cadere nell'oblio<sup>43</sup>.

### ***Connettività, interattività, ipertestualità***

Ho delineato, negli ultimi paragrafi, alcune tendenze in atto, determinate perlopiù, dall'inserimento dei nuovi media nel sistema dei mezzi di comunicazione nel suo complesso.

Altro discorso è invece quello sulle possibili implicazioni derivanti dalle caratteristiche intrinseche dei nuovi media. Essendo questi ultimi, nei loro usi e nelle loro applicazioni, talmente versatili da superare in realtà ogni nostra capacità di previsione, sarà certamente molto difficile abbracciare le diverse possibilità evolutive che potrebbero delinarsi in futuro (si vedano, ad esempio, tutte le implicazioni che riguardano il virtuale, i videogiochi, le integrazioni del corpo come macchina conoscitiva e che qui non potranno venire prese in considerazione).

Tuttavia, proprio la precedente considerazione che gli sviluppi culturali, sociali, politici e quant'altro sono determinati, più che dalle tecnologie stesse, da come le culture assimilano le nuove tecnologie e da quali pratiche si sviluppano intorno ad esse, ci incoraggia ad assumerci la

---

<sup>42</sup> «La semiosfera è quello spazio semiotico al di fuori del quale non è possibile la semiosi». Jurij M. Lotman, citato in Ugo Volli, *op. cit.*, p. 262; un concetto analogo è quello di "noosfera" di Morin: «Questa sfera è come un *milieu* [...] che si interpone fra noi e il mondo esterno per farci comunicare con esso. E' il *milieu* conduttore della conoscenza umana. [...] I simboli, le idee, i miti, hanno creato un universo *in cui le nostre menti abitano*». Edgar Morin, *Le idee: habitat, vita, organizzazione, usi e costumi*, Milano, Feltrinelli, 1991, p. 119.

<sup>43</sup> Ugo Volli, *op. cit.*, pp. 261-269.



responsabilità di interpretare il cambiamento, di sperimentare soluzioni, di indirizzarne le possibili evoluzioni.

Si può forse partire, nel tentativo di comprendere e di classificare alcune possibili tendenze, dalla suddivisione, da considerarsi necessariamente euristica, introdotta da De Kerckhove<sup>44</sup>; per l'autore canadese le caratteristiche innovative dei nuovi media sono fondamentalmente tre:

- la connettività;
- l'interattività;
- l'ipertestualità.

La connettività è la caratteristica principale delle nuove tecnologie della comunicazione, quella che fa in modo che si possa affermare che ogni Pc sia connesso al mondo intero. Al di là della suggestiva formula, pare che la nozione di connettività concorra nella formulazione del concetto di "intelligenza connettiva" di De Kerckhove, analogo a quello di "intelligenza collettiva", formulato indipendentemente e quasi simultaneamente da Levy<sup>45</sup>. L'intelligenza connettiva o collettiva potrebbe essere la naturale conseguenza di alcune pratiche di utilizzo della Rete (quelle che si fondano sulla condivisione e cooperazione di diversi utenti fisicamente separati nel tempo e nello spazio) e della rapida evoluzione delle conoscenze che essa permette: attraverso queste pratiche comunicative e collaborative le intelligenze individuali possono trovare un

---

<sup>44</sup> Derrick De Kerckhove, *Esplorare la realtà elettronica delle reti*, 2000, cit. in Nicola Cavalli, "I Generi Comunicativi del Web", <[http://www.librishop.it/scritti\\_soc/tesi/Generi\\_Web\\_NCavalli1.pdf](http://www.librishop.it/scritti_soc/tesi/Generi_Web_NCavalli1.pdf)>.

<sup>45</sup> L'intelligenza collettiva è «un'intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta a una mobilitazione effettiva delle competenze». Pierre Lévy, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli, 1996, p. 34.

punto di incontro in cui integrare competenze e soggettività diverse ma reciprocamente utili e complementari, facendo emergere, nel loro mutuo riconoscimento e nel loro interagire, un'intelligenza distribuita di tipo diverso, un cervello collettivo, un'ipercorteccia. Tale concetto, per quanto possa apparire forse più evocativo che realistico, ha comunque il merito di svelare ed illustrare una delle potenzialità di Internet, ovvero quella di catalizzare la cooperazione tra individualità diverse, configurandosi sia come un'estensione della memoria, che delle capacità comunicative ed intellettive private, che si collettivizzano nel momento in cui vengono pubblicate e condivise. L'intelligenza connettiva è quindi una connessione interattiva tra diverse menti, una sorta di seconda mente ausiliaria<sup>46</sup>.

Mia personale opinione è che, se queste pratiche avranno successo e dimostreranno la loro validità, ne conseguirà una valorizzazione dei concetti di cooperazione e collaborazione (opposti a quelli di competizione e conflitto) suscettibile di estendersi ad altri settori della società e della cultura.

L'interattività, caratteristica che descrive il grado di controllo sul contenuto fruibile, rafforza la consapevolezza della centralità del destinatario della comunicazione, sia nel senso che gli viene offerta una notevole quantità di informazione da selezionare, sia nel senso che gli viene restituito un ruolo attivo nella produzione del contenuto. L'interattività allontana quindi l'utente da un contesto tipico dell'oralità secondaria, che lo vede ricevente passivo di informazioni trasmesse da un emittente situato in posizione privilegiata (uno a molti, comunicazione unidirezionale del modello broadcast), per avvicinarlo a caratteristiche tipiche della cultura orale,

<sup>46</sup> Derrick De Kerckhove, *Brainframes*, Bologna, Baskerville, 1993, p. 178.

riconferendogli la possibilità di influenzare il contenuto della comunicazione. Viene ridefinito, a mio parere, tutto il concetto di comunicazione, non potendo più quest'ultimo prescindere da un'approfondita riflessione sul destinatario, sulle sue caratteristiche ed esigenze, nel rispetto della sua intelligenza e della sua dignità.

### ***Pensiero ipertestuale e pensiero complesso***

La caratteristica dell'ipertestualità è invece quella più suscettibile di investire la nostra rappresentazione della conoscenza e di modificare le nostre attività di elaborazione simbolica.

Sarebbe opportuno, per analizzare il fenomeno, partire da una definizione di "ipertesto"; tuttavia si riscontrano, in tali definizioni, il rischio di interpretazioni parziali e riduttive, poiché è loro caratteristica quella di concentrarsi su taluni aspetti, giudicati a seconda dei punti di vista, più rilevanti di altri, organizzandoli in una struttura lineare che porta inevitabilmente con sé, la gerarchizzazione dei diversi elementi.

La definizione di "ipertesto" invece, implicando diversi aspetti strutturali e contemplando la possibilità di molteplici punti di vista, si presta ad essere forse anch'essa ipertestuale. Diversa sarà infatti la descrizione se si affronterà l'ipertesto come tecnologia informatica, come pratica della scrittura o pratica della lettura, come genere testuale o come costruito teorico. Più utile e forse più obiettivo è invece proporre un elenco delle caratteristiche che costituiscono l'ipertesto, sottolineando il fatto che sono tutte ugualmente rilevanti ed inevitabilmente interconnesse. Bettetini rileva quattro caratteristiche fondamentali:

- l'organizzazione modulare e reticolare del contenuto;

- la presenza di diverse tipologie di legami che connettono i moduli testuali;
- l'assenza di una direzione di lettura unica e obbligata;
- l'interattività del rapporto di fruizione, esplicitata nelle due modalità di navigazione e di "dialogizzazione"<sup>47</sup>.

Partendo quindi da queste quattro caratteristiche e confrontandole con quelle dei media elettronici e dei media a stampa ne consegue, a livello cognitivo, che abbiamo altrettante innovazioni:

- una nuova maniera di organizzare la conoscenza;
- una rivalutazione del procedere per associazioni piuttosto che per percorsi lineari;
- una maggiore libertà di fruire la comunicazione e di scegliere i contenuti e i percorsi di lettura;
- una responsabilizzazione del fruitore sia in rapporto al percorso fruitivo, sia in rapporto alla possibilità di "rispondere" e di intervenire sul contenuto della comunicazione.

La possibilità di strutturarsi su collegamenti interattivi rende esplicita la «rete di rimandi impliciti (che hanno vita nella mente dello scrittore e del lettore)», presentando modi di procedere «sotto certi aspetti, più simili ai modi propri della mente» e consentendo «al soggetto lettore spazi di libertà del tutto nuovi», tramite la facoltà di «attualizzare una delle molteplici possibilità del testo virtuale»<sup>48</sup>. Le conseguenze di queste dinamiche sembrano aggravare la crisi del pensiero "forte", logico, analitico, deduttivo, lineare, sviluppatosi e alimentatosi, come si è visto, con la scrittura, e modificare quella nozione della conoscenza che ha

---

<sup>47</sup> Bettetini Gianfranco, Barbara Gasparini, Nicoletta Vittadini, *Gli spazi dell'ipertesto*, Milano, Bompiani, 1999 p. XIII.

<sup>48</sup> Antonio Calvani, *I nuovi media nella scuola...*, cit., p. 92.

accompagnato, secondo Ong, la parcellizzazione dei saperi a partire dalla diffusione della stampa.

Sembra invece che venga favorita un'attività cognitiva più simile alle modalità di un "pensiero complesso" che, emerso nella cultura contemporanea al di fuori delle riflessioni sulle tecnologie della comunicazione, pare che abbia, secondo diversi autori<sup>49</sup>, notevoli analogie con le pratiche dell'ipertestualità e della multimedialità.

Le riflessioni di Edgar Morin sull'esigenza di un pensiero aperto e flessibile, capace di pensare la complessità del reale, nascono come critica alle metodologie di ricerca e di pensiero che sono, secondo l'autore, sia cause che conseguenza della parcellizzazione dei saperi, dell'isolamento delle discipline, della frammentazione delle conoscenze.

Poiché la nostra educazione ci ha insegnato a separare, compartimentare, isolare e non a legare le conoscenze, l'insieme di queste costituisce un puzzle inintelligibile. Le interazioni, le retroazioni, i contesti, le complessità che si trovano nei *no man's land* tra le discipline diventano invisibili. I grandi problemi umani scompaiono a vantaggio dei problemi tecnici particolari. L'incapacità di organizzare il sapere sparso e compartimentato porta all'atrofia della disposizione mentale naturale a contestualizzare e a globalizzare<sup>50</sup>.

Per Morin è necessaria una riforma del pensiero capace di concepire il contesto, la globalità, la relazione tutto-parti, la multidimensionalità, la complessità: un pensiero policentrico e reticolare che procede per

---

<sup>49</sup> Tra questi Calvani (*I nuovi media nella scuola...*, cit., p. 93) e in rete: Massimo Pomi, *Il progetto "Multiverso": una ricognizione degli orizzonti pedagogici*, <[http://www.irre.toscana.it/multiverso/pubblicazione\\_2002/orizzonti\\_pomi.doc](http://www.irre.toscana.it/multiverso/pubblicazione_2002/orizzonti_pomi.doc)>, 15/03/2002; Roberto Maragliano, *LTAonline, Diario di bordo aa'01-'02*, <[http://host.uniroma3.it/laboratori/ltaonline/didattica/didattica-diario/diario01\\_02/diario1.html](http://host.uniroma3.it/laboratori/ltaonline/didattica/didattica-diario/diario01_02/diario1.html)>.

<sup>50</sup> Edgar Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, cit., p. 43.

connessioni, associazioni, inferenze, in contrapposizione a quel pensiero disgiuntivo e riduttivo che porta ad una «ipersemplificazione che rende ciechi alla complessità del reale»<sup>51</sup>, ad una iperspecializzazione che

avrebbe inoltre lacerato e spezzettato il tessuto complesso delle realtà, per dare a intendere che la segmentazione arbitraria operata sul reale fosse il reale stesso<sup>52</sup>.

Si tratta di sostituire un pensiero che separa e che riduce con un pensiero che distingue e che collega. Non si tratta di abbandonare la conoscenza delle parti per la Conoscenza delle totalità, né l'analisi per la sintesi: si deve coniugarle<sup>53</sup>.

Abbiamo bisogno, scrive inoltre, di «pensare per costellazioni e correlazioni di concetti»<sup>54</sup>.

E' evidente come molte di queste affermazioni possano trovare una naturale applicazione nell'ipertestualità, la quale, del resto, sembra aspirare, proprio per le sue caratteristiche strutturali, ad una apertura all'intervento di molteplici contributi e punti di vista, nella realizzazione di una rappresentazione della conoscenza che sia di tipo pluriprospettico e multidisciplinare.

Trovo che molte altre riflessioni di Morin potrebbero risultare decisamente utili per capire l'ipertestualità o potrebbero, se non altro, suggerire interessanti spunti per eventuali sperimentazioni: lo sguardo metacognitivo, ad esempio, che prende come oggetto di conoscenza la stessa conoscenza, sarebbe senza dubbio una prospettiva essenziale nella progettazione di un

---

<sup>51</sup> Edgar Morin, *Introduzione al pensiero complesso*, Milano, Sperling & Kupfer, 1993, p. 10.

<sup>52</sup> Edgar Morin, *Introduzione al pensiero complesso*, cit., p. 7.

<sup>53</sup> Edgar Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, cit., p. 46

<sup>54</sup> Edgar Morin, *Introduzione al pensiero complesso*, cit., p. 73.

ipertesto che, per essere valido ed efficace, necessita di una organizzazione dei propri contenuti consapevole delle forme di conoscenza che, proprio attraverso tale organizzazione, vengono veicolate.

Si rileva qui, ad ogni modo, come le proprietà dell'ipertestualità e dei nuovi media possano favorire l'emergenza di un pensiero ipertestuale, multimediale, reticolare che si configuri come l'integrazione dei procedimenti lineari, propri della scrittura, con quelli circolari e associativi tipici dell'oralità e di certe modalità di pensiero, e che potrebbe esprimere, come nelle riflessioni di Morin, la tensione ad «articolare ciò che è collegato e collegare ciò che è disgiunto»<sup>55</sup>, fino a concepire l'identità umana come una poli-identità, insieme unità umana e diversità umana, non separata dalle sue identità locali, etniche, religiose, nazionali ma anche planetarie, per approdare infine, orientandosi ideologicamente<sup>56</sup>, all'ipotesi di una coscienza della connettività planetaria che è anche «*etica della comprensione planetaria*»<sup>57</sup>.

---

<sup>55</sup> Morin cit. in Marianna Barone, *Morin, dalla verità alla verità*, in "Gazzetta del Sud", 6/3/2002, <<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/020306.htm>>.

<sup>56</sup> «Infine un pensiero che interconnette si apre sul contesto dei contesti, il contesto planetario»; «un modo di pensare capace di interconnettere e di solidarizzare delle conoscenze separate è capace di prolungarsi in un'etica di comprensione e di solidarietà tra umani. Un pensiero capace di non rinchiudersi nel locale e nel particolare, ma capace di concepire gli insiemi, sarebbe adatto a favorire il senso della solidarietà e il senso della cittadinanza. La riforma del pensiero avrebbe dunque conseguenze esistenziali, etiche e civiche»; Edgar Morin, *La testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2000, pp. 20, 101.

<sup>57</sup> Edgar Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, cit., p. 80.

## *Come cambia la scrittura*

Come già accennato, solo negli ultimi anni è emersa la consapevolezza del valore e della specificità della scrittura multimediale: affievolitosi l'entusiasmo per le spettacolari quanto sterili involuzioni grafiche, si inizia a comprendere gradualmente che il nuovo medium necessita di una scrittura consapevole delle potenzialità, dei limiti e delle caratteristiche del supporto tecnologico su cui viene veicolata.

Le motivazioni che guidano le principali linee guida sulla scrittura on line, redatte dai diversi autori, sono dettate per lo più da considerazioni relative a quelle caratteristiche del mezzo che comportano i rischi di un eccessivo affaticamento alla lettura e di un disorientamento dell'utente nel corpus di informazioni. A queste dobbiamo aggiungere le considerazioni sulle influenze derivate dalla *ri-mediazione* del medium con gli altri media e con il sistema dei media nel suo complesso.

La scrittura on line, affermano gli esperti di usabilità, deve essere sintetica, precisa, semplice e chiara, perché la lettura sullo schermo è più faticosa, perché vi sono altri siti concorrenti "a portata di click", perché il rischio di confondere e disorientare l'utente è maggiore rispetto agli altri media. Ma, come si è affermato in precedenza, la sintesi è un'esigenza della cultura contemporanea, una risposta alla nostra incapacità di gestire l'immensa mole di informazione trasmessa, mentre la chiarezza, la precisione e la semplicità, insieme alla concretezza e alla capacità del testo di "arrivare subito al sodo" (tramite una costruzione a "piramide rovesciata", *ri-medializzata*, o *ri-mediata*, dal linguaggio giornalistico) rientrano, per motivazioni analoghe, nella ristrutturazione del concetto di comunicazione, concepita come servizio che si fonda sulla centralità del



destinatario, nel rispetto delle sue esigenze e dei suoi diritti e nella riflessione sui suoi interessi, sui suoi modi di procedere, sulle sue conoscenze pregresse.

Altre caratteristiche del linguaggio multimediale giocano invece a favore di una integrazione delle diverse intelligenze coinvolte nella fruizione e nella rielaborazione simbolica dei messaggi scritti, sonori, visivi e audiovisivi del precedente sistema dei media; attualmente, la coordinazione delle modalità fruibili della lettura con quelle dell'elaborazione plastica e figurativa, insieme con l'assunzione di caratteristiche tipiche dell'oralità primaria e secondaria, sembra favorire, secondo la conclusione a cui pervengono diversi autori<sup>58</sup>, l'emergenza di un linguaggio integrato che si configuri come una terza possibilità rispetto alle culture della scrittura e dell'oralità.

Infine l'ipertestualità, la caratteristica che, se sviluppata, risulta la più suscettibile di comportare profonde riorganizzazioni noetiche, potrebbe prefigurare una scrittura che si faccia anch'essa ipertestuale (non solo cioè ad un livello solo testuale ma anche a livello di superficie linguistica<sup>59</sup>), cioè capace di organizzare i concetti stessi in maniera reticolare, realizzazione di un pensiero che si fonda sia sulle definizioni che sulle relazioni<sup>60</sup> (se non addirittura, come si sostiene a volte, più sulle relazioni che non sulle definizioni).

<sup>58</sup> Ad esempio Pier Giuseppe Rossi, *Oltre la produzione scritta*, <[www.edulab.it/pgr/documenti/sc/sc2/sc\\_2.doc](http://www.edulab.it/pgr/documenti/sc/sc2/sc_2.doc)>.

<sup>59</sup> Come è già il caso, nella scrittura on line, dei cosiddetti "microcontenuti" (Nielsen, *op. cit.*) e, tra questi, dei link: elementi linguistici che, come verrà approfondito in seguito, instaurano virtuali relazioni di pertinenza con elementi testuali non ancora attualizzati: i "macrocontenuti".

<sup>60</sup> E' il caso, a mio parere, del *webwriting* che si fa *haiku copywriting* (Carrada, *op. cit.*, p. 61): componimenti testuali minimalisti ed essenziali, collegati tra loro a stella, che veicolano un significato ulteriore per ogni relazione attivata.

In un senso esteso i nuovi media, per le caratteristiche innovative delineate e per altre che contemplano la possibilità di un rapido monitoraggio delle risposte dell'utenza, possono essere visti come l'avanguardia, il campo di sperimentazione nel quale rilevare le tendenze in atto, le dinamiche evolutive che, secondo l'ipotesi fin qui sostenuta, dovrebbero coinvolgere il linguaggio, la comunicazione, il pensiero.

Le analisi che seguiranno prenderanno in considerazione corsi, ipertesti, ed altre risorse, accessibili tramite la rete, dedicati all'apprendimento della scrittura, nelle diverse applicazioni che la riguardano e che comprendono sia la scrittura professionale che la scrittura on line (web writing), con un rapido passaggio attraverso le offerte dei corsi di scrittura creativa e le altre proposte finalizzate all'autoapprendimento o alla consultazione. Si applicherà innanzitutto a questi siti e a queste pagine web lo sguardo dell'usabilità, disciplina fondata implicitamente sulla centralità dell'utente, del destinatario della comunicazione; si proseguirà poi l'analisi da un punto di vista linguistico e comunicativo, cercando di valutare l'appropriatezza e l'adeguatezza dei testi e delle scritture al supporto su cui vengono veicolati; infine si analizzeranno i contenuti, alla ricerca di elementi e di indizi che contribuiscano ad elaborare un'interpretazione delle tendenze e degli sviluppi in corso.

Soprattutto, con la consapevolezza del fatto che stiamo per lasciarci alle spalle un'epoca descritta come oralità di ritorno, a sua volta rimasta ancorata alla scrittura, si cercherà di valutare il grado di consapevolezza dell'emergenza di un linguaggio più integrato, ancora fondato sulla centralità della parola scritta, che però si vede estendere nelle molteplici

direzioni della multimedialità e dell'ipertestualità (con le implicazioni che, come ho tentato di delineare in precedenza, ne conseguono) e che potrebbe configurarsi come realizzazione espressiva e risposta all'esigenza di un pensiero reticolare capace di affrontare problemi a livelli di complessità finora inesplorati.

## Scheda 1: Alcune definizioni di ipertesto

Con "ipertesto" intendo scrittura non sequenziale, testo che si dirama e consente al lettore di scegliere; qualcosa che si fruisce al meglio davanti a uno schermo interattivo. Così come è comunemente inteso, un ipertesto è una serie di brani di testo tra cui sono definiti legami che consentono al lettore differenti cammini.

Theodor Holm Nelson<sup>61</sup>

Possiamo definire l'ipertesto come l'uso del computer per superare le caratteristiche di linearità, limitatezza e fissità del testo scritto tradizionale. A differenza della forma statica del libro, un ipertesto può essere composto e letto in modo non sequenziale; si tratta di una struttura variabile, composta da blocchi di testo [...] e da legami elettronici che li congiungono.

Paul Delany e George P. Landow<sup>62</sup>

L'ipertesto è un testo composto da blocchi di parole (o immagini) connesse elettronicamente secondo percorsi molteplici in una testualità aperta e perpetuamente incompiuta descritta dai termini collegamento, nodo, rete, tela, percorso.

George P. Landow<sup>63</sup>

Tecnicamente un ipertesto è un insieme di nodi connessi da dei legami. I nodi possono essere delle parole, delle pagine, dei grafici o parti di grafici, delle sequenze sonore, dei documenti completi che possono essere degli ipertesti a loro volta. Gli items di informazione non sono collegati linearmente, come su una corda a nodi, ma ciascuno di essi, o

---

<sup>61</sup> Theodor Holm Nelson, *Literary Machines 90.1. Il progetto Xanadu*, Padova, Muzzio, 1990; citato in Gianfranco Bettetini, *op. cit.*, p. 2; il testo presentato è la trascrizione di una conferenza tenutasi nel 1965.

<sup>62</sup> Paul Delany e George P. Landow, *Hypermedia and Literary Studies*, Cambridge, MIT Press, 1991; citato in Gianfranco Bettetini, *op. cit.*, pp. 2-3.

<sup>63</sup> George P. Landow, *Ipertesto. Il futuro della scrittura*, Bologna, Baskerville, 1993; citato in Luisa Carrada, *op. cit.*, p.15.

la maggior parte, estendono i loro legami a stella, secondo un modello reticolare. Navigare in un ipertesto, dunque, è disegnare un percorso in una rete che può essere complessa quanto si vuole. Perché ogni nodo può contenere, a sua volta, tutta la rete.

Pierre Lévy<sup>64</sup>

Come esposto nel paragrafo *Pensiero ipertestuale e pensiero complesso*, ogni definizione di ipertesto non riesce ad evidenziare la natura necessariamente interconnessa delle sue caratteristiche strutturali, lasciando inevitabilmente intendere che una o più di queste caratteristiche sia in qualche modo prioritaria rispetto a tutte le altre o fondante tutte le altre. L'ipertesto invece è costituito da elementi inseparabili ed interdipendenti (non c'è, ad esempio, lettura interattiva in senso stretto senza organizzazione reticolare dei contenuti), intrecciati assieme a formare un sistema complesso, che può essere forse meglio rappresentato da un elenco esaustivo delle sue caratteristiche strutturali:

- l'organizzazione modulare e reticolare del contenuto;
- la presenza di diverse tipologie di legami che connettono i moduli testuali;
- l'assenza di una direzione di lettura unica e obbligata;
- l'interattività del rapporto di fruizione, esplicitata nelle due modalità di navigazione e di "dialogizzazione"<sup>65</sup>.

---

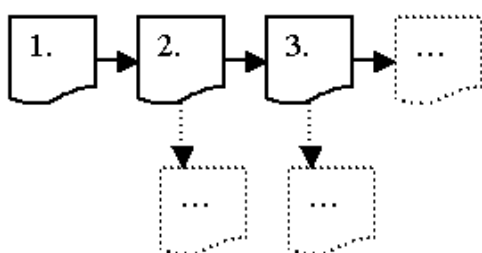
<sup>64</sup> Pierre Lévy, *Le tecnologie dell'intelligenza. L'avvenire del pensiero nell'era informatica*, Bologna, Synergon, 1992; citato in Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 15.

<sup>65</sup> Bettetini Gianfranco, *op. cit.*, p. XIII.

## Scheda 2: Strutture ipertestuali

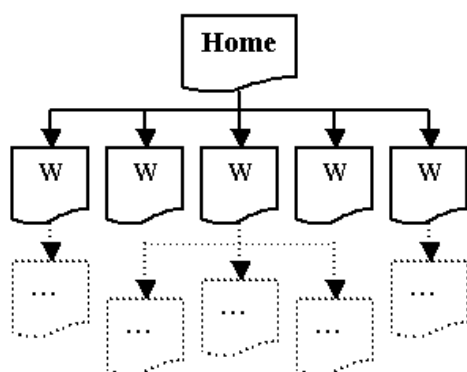
L'ipertestualità permette di organizzare le singole unità informative in architetture e matrici che implicano e veicolano determinate forme e rappresentazioni della conoscenza. Patrick Lynch e Sarah Horton classificano quattro modelli strutturali di base che «determinano l'interfaccia di navigazione del sito Web e plasmano i modelli mentali dell'utente sull'organizzazione delle informazioni»<sup>66</sup>:

### • Struttura sequenziale



E' la struttura più semplice e riprende la linearità della scrittura; viene usata per ordinare le informazioni secondo un principio logico, cronologico, alfabetico, oppure per iter formativi che seguono un criterio di difficoltà progressiva. Le singole unità, pur procedendo linearmente, possono essere agevolmente affiancate da materiale di approfondimento.

### • Struttura ad albero

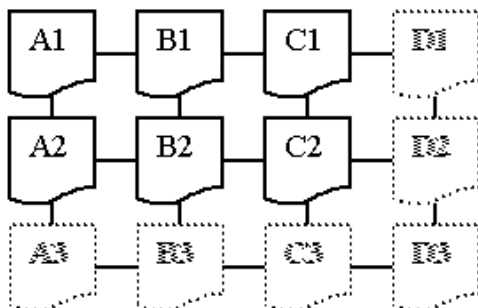


Le strutture gerarchiche sono le più adatte per organizzare la maggior parte delle unità complesse di informazioni. Partendo da un unico punto per poi articolarsi a seconda dei contenuti, sono le più usate per progettare i siti web (home page, sezioni, sottosezioni,...). Le gerarchie appartengono già all'esperienza degli utenti, in quanto molto frequenti nella vita aziendale ed istituzionale e nei criteri di organizzazione della stampa (volumi, capitoli, paragrafi,...).

Tuttavia l'organizzazione gerarchica impone sempre una consapevole analisi dei contenuti, in quanto le gerarchie hanno senso solo con materiali ben strutturati e organizzati.

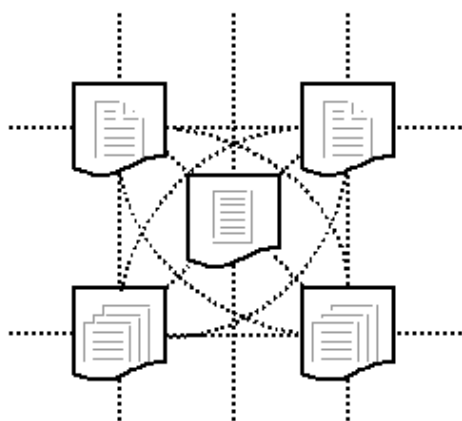
<sup>66</sup> Patrick Lynch e Sarah Horton, *Web: Guida di stile. Progettazione dei siti Web*, Milano, Apogeo, 2001, pp. 37-41.

- **Struttura a griglia**



Le griglie sono adatte per correlare variabili, classi di informazioni con strutture uniformi, argomenti e categorie che procedono in parallelo (ad esempio, manuali procedurali, elenchi di dati tecnici, descrizioni di casi clinici). I siti che si basano sui database ben progettati, con una struttura intrinsecamente uniforme, possono assumere le caratteristiche della forma a griglia. Tuttavia tali siti, per essere agevolmente navigati, necessitano di una certa esperienza da parte dell'utente che deve riconoscere le interrelazioni tra le categorie di informazioni.

- **Struttura a stella**



Le strutture a stella, i reticolati, sfruttano al massimo le potenzialità connettive degli ipertesti, instaurando collegamenti che imitano quelli del pensiero associativo e consentendo all'utente di seguire il libero flusso delle proprie idee e dei propri interessi. Tale modalità di organizzare l'informazione può essere valida anche per articolare i diversi livelli di approfondimento ad una complessità maggiore rispetto agli altri modelli, permettendo di veicolare una notevole quantità di contenuto, strutturato secondo relazioni di pertinenza.

Purtroppo la struttura a stella comporta anche il rischio di disorientare e confondere l'utente. Richiede quindi una certa "maturità ipertestuale", sia in fase di progettazione sia in fase di navigazione, sia da parte autoriale che da parte fruitiva.

# Come si scrive

## Contributi per la didattica della scrittura

<http://www.scuola.com/comesiscrive/frsis.html>

Il corso on line *Come si scrive. Contributi per la didattica della scrittura* è stato realizzato dal Servizio d'Italiano scritto (SIS) di Venezia, ma si trova pubblicato sul sito Scuola.com dell'Istituto Geografico De Agostini.

Vi si può accedere, oltre che dall'indice della sezione "Insegnanti" del sito, anche da diversi link esterni, tra cui:

<http://www.mestierediscrivere.com/testi/spigolature25.htm>

in una pagina interna del sito della Carrada<sup>67</sup>, tra varie risorse dedicate alla scrittura professionale, viene presentato anche il corso *Come si scrive*; se ne evidenzia l'accesso gratuito, i destinatari (docenti della scuola media superiore) e l'utilità per tutti gli interessati ad approfondire le proprie competenze nell'ambito della scrittura.

[http://guide.supereva.it/scrittura\\_creativa/corsi\\_di\\_scrittura\\_creativa/pagec2.shtml](http://guide.supereva.it/scrittura_creativa/corsi_di_scrittura_creativa/pagec2.shtml)

nella sezione "corsi di scrittura creativa" della "guida scrittura creativa" del portale Supereva.it ad una breve descrizione del corso segue un collegamento alla pagina del sito Italianoscritto.com (il sito del SIS) dedicata alla presentazione del corso.

<http://www.italianoscritto.com/SIS/cv/deagostini.htm>

in questa pagina interna del sito del SIS, a cui si può accedere direttamente dalla Home page, si trova una descrizione più dettagliata che riporta già l'articolazione degli argomenti principali, l'invito agli insegnanti ad inviare esercizi da correggere e commentare e la presentazione degli autori del corso, Giovanni Acerboni e Tommaso Raso.

---

<sup>67</sup> La già citata autrice di *Scrivere per Internet* (cit.) è anche curatrice del sito *Il mestiere di scrivere*, che verrà affrontato in un apposito paragrafo.



Due link permettono di approfondire la conoscenza dei due autori:

<http://www.italianoscritto.com/Biblioteca/Autori/acerboni.htm>

Giovanni Acerboni insegna Lingua Italiana all'Università degli Studi di Milano e allo IULM, e tiene corsi di formazione sulla scrittura professionale. È autore di ipertesti, progettista di siti e di ambienti per la formazione a distanza.

<http://www.italianoscritto.com/Biblioteca/Autori/raso.htm>

Tommaso Raso è professore di Linguistica Italiana all'Università di Venezia. Da alcuni anni si occupa di scrittura professionale, in particolare applicata ai testi della Pubblica Amministrazione e alla scuola. È tra i fondatori del "Servizio d'italiano scritto".

Navigando sul sito [Italianoscritto.com](http://www.italianoscritto.com) si possono trovare ulteriori informazioni sull'autorevolezza dell'organizzazione che ha pubblicato il corso: Il Servizio d'italiano scritto è una associazione senza fine di lucro, che promuove la ricerca e la formazione sulla scrittura professionale; come associazione nasce nel 1998 dal successo del Servizio d'italiano scritto di Ca' Foscari, il primo servizio universitario per la scrittura professionale, istituito nel 1996 dall'Università di Venezia, per iniziativa di Francesco Bruni, che ne diventa coordinatore, mentre Tommaso Raso ne è segretario.

Dall'attività del Servizio vengono pubblicati i volumi *Manuale di scrittura e comunicazione*<sup>68</sup> e *Manuale di scrittura professionale*<sup>69</sup>.

Con la nascita dell'Associazione viene nominato il primo consiglio direttivo, in cui compaiono Francesco Bruni (Presidente), Serena Fornasiero e Tommaso Raso.

L'Associazione si pone l'obiettivo di "integrare la ricerca e la didattica universitaria con la formazione e la consulenza nel mondo del lavoro" e le

<sup>68</sup> Francesco Bruni con Gabriella Alfieri, Serena Fornasiero e Silvana Tamiozzo Goldmann, *Manuale di scrittura e comunicazione*, Bologna, Zanichelli, 1997.

<sup>69</sup> Francesco Bruni con Serena Fornasiero e Silvana Tamiozzo Goldmann, *Manuale di scrittura professionale*, Bologna, Zanichelli, 1997.

sue attività spaziano da pubblicazioni su carta a quelle su web, da corsi di formazione per la scuola, per l'università e per la pubblica amministrazione a convegni e seminari in diverse parti d'Italia.

Nel 1999 il SIS si estende al Triveneto, promovendo, insieme alle sette università di Veneto, Trentino e Friuli Venezia Giulia, un corso di formazione per formatori sulla scrittura professionale e allargando il nuovo consiglio direttivo ai rappresentanti di altre regioni.

Infine Tommaso Raso e Francesco Bruni curano insieme il terzo manuale di scrittura edito dalla Zanichelli: *Manuale dell'italiano professionale. Teoria e didattica*<sup>70</sup>.

*Come si scrive. Contributi per una didattica della scrittura*, pubblicato in rete in tre puntate nel corso del 2002, si avvale quindi dell'esperienza e dell'autorevolezza di autori che hanno svolto un'attività pluriennale di ricerca e di didattica che comprende corsi di formazione universitari, per docenti delle scuole superiori, per il personale della pubblica amministrazione e delle aziende, nonché attività di progettazione e di scrittura per il web.

### ***Da Scuola.com a Come si scrive***

Anche se il corso non è in sé un sito, ma si trova all'interno di un sito, la pagina iniziale dovrebbe essere considerata come una home page e della home page dovrebbe averne le caratteristiche. Questo per diversi motivi:

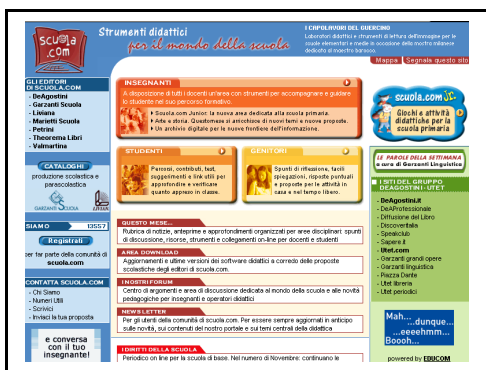
- il corso ha obiettivi e funzioni peculiari rispetto al sito nel suo complesso;

---

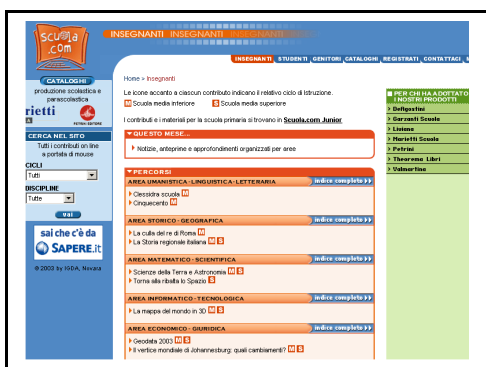
<sup>70</sup> Francesco Bruni e Tommaso Raso (a cura di), *Manuale dell'italiano professionale. Teoria e didattica*, Bologna, Zanichelli, 2002.

Estratto della Tesi di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Trieste "Imparare a Comunicare nell'era di Internet: le proposte di alcuni corsi di scrittura on line" di Jonathan Pochini. 22 Marzo 2004. <http://www.thanx.it>

- è stato realizzato da una organizzazione esterna a quella che ha pubblicato il sito;
- ha esigenze di strutturazione e organizzazione dei contenuti proprie rispetto alle altre sezioni del sito.



[www.scuola.com](http://www.scuola.com)



[www.scuola.com/\[...\]frinsegnanti.html](http://www.scuola.com/[...]frinsegnanti.html)



[www.scuola.com/comesiscrive/frsis.html](http://www.scuola.com/comesiscrive/frsis.html)

Quindi la funzione della home page sarà anche quella di avvisare l'utente che sta entrando in un territorio ben delimitato, con un maggior livello di autonomia rispetto al contesto di appartenenza.

Infatti, la home page di *Come si scrive* si caratterizza innanzitutto per una diversa impostazione grafica: dalla presenza di colori caldi e luminosi di Scuola.com a toni più neutri, da forme plastiche morbide a strutture tabellari più rigide, da un allineamento a sinistra ad uno centrato.

Del sito ospitante rimane una non troppo invasiva barra di navigazione in alto e vi rimarrà in tutte le sezioni dell'ipertesto. L'impaginazione fortemente strutturata e simmetrica (titolo, sottotitolo, "a cura del S.I.S." centrati, in alto, data di edizione, nome del sito ospitante e informazioni

sulla risoluzione ottimale sempre centrati in basso) e diverse immagini disposte in equilibrio a corredo della pagina suggeriscono l'idea di una

porta che si apre verso un ipertesto chiuso, con una forte caratterizzazione rispetto al suo contesto, e senza link di uscita. Questa è la funzione principale di questa home page 'copertina'<sup>71</sup>, che d'altra parte non possiede, come verrà analizzato in seguito, molte delle caratteristiche che, secondo diversi punti di vista, dovrebbe avere una home page.

## *Obiettivi e destinatari*



Due colonne, disposte simmetricamente rispetto al centro della home page, contengono asimmetricamente un solo link a sinistra e una serie di link a destra. L'ancora "INDICE", a sinistra, collega, coerentemente con il termine usato,

all'indice del corso, cioè ad una schermata che presenta l'organizzazione in capitoli e sezioni, da cui si può accedere direttamente alle singole unità didattiche. La cella di destra contiene invece collegamenti a pagine di contenuto metatestuale, ovvero a singole schede di carattere introduttivo senza ulteriori link di approfondimento, che danno informazioni ed istruzioni sul sito nel suo insieme, sugli autori, sui destinatari, sulle modalità di utilizzo progettate per l'ipertesto.



Possiamo quindi individuare, da queste prime pagine, elementi fondamentali per comprendere le caratteristiche del corso.

<sup>71</sup> Il file contenuto nel frame si chiama infatti cover.html

Nella pagina "I destinatari" si chiarisce che il corso è destinato ai docenti della scuola media superiore, in particolare, agli insegnanti di italiano, ma "è fortemente auspicabile che ad essi si affianchino i docenti delle altre discipline", per fare in modo che lo studente affronti diverse occasioni in cui far uso della scrittura, diverse tipologie di testo, variando contenuti, obiettivi e situazioni comunicative. Il corso è quindi destinato ai docenti, ma vuole influire indirettamente sulla formazione degli allievi, coerentemente come è contenuto nel sottotitolo "contributi per una didattica della scrittura".

L'obiettivo di questo ipertesto può essere quindi così formulato: trasmettere agli insegnanti delle scuole medie superiori delle conoscenze e delle metodologie innovative, utili e applicabili nelle reali situazioni didattiche al fine di migliorare l'apprendimento dei loro studenti.

Obiettivi secondari potrebbero invece essere:

- promuovere l'associazione dimostrandone la competenza;
- creare un rapporto con potenziali clienti e quindi;
- proporre i servizi di consulenza e formazione offerti dall'associazione.

Si tratterebbe tuttavia di un'operazione di marketing elegante, sobria e non invasiva, in quanto i link che rimandano al sito Italianoscritto.com e le descrizioni del SIS e dei servizi offerti non ostacolano la fruizione del corso, ma sono presenti solo in alcune di queste sezioni di carattere introduttivo accessibili solo dalla home page e dall'indice.

Questo potrebbe spiegare comunque il particolare rilievo che viene dato a questi elementi metatestuali che altrimenti meriterebbero un aspetto e una

posizione più marginali nell'impostazione grafica della home page. Nessun link al sito del SIS è invece presente su questa.

## *Presentazione*

Il primo link incolonnato sulla destra nella home page collega ad una pagina che inizia con una digressione storica sull'insegnamento della lingua italiana, la cui metodologia si è per lungo tempo focalizzata sul noto (il dialetto) per arrivare all'ignoto (l'italiano).

Seguono alcune considerazioni sulla situazione attuale: mentre è ormai condiviso il possesso dell'italiano nel suo registro orale, si assiste invece ad una crisi della lingua scritta proprio nel momento in cui viene richiesto un maggior livello di specializzazione.

Si conclude affermando la necessità di elaborare nuove strategie formative più applicabili ad una realtà profondamente mutata e a cui le metodologie didattiche non hanno saputo adeguarsi.

E' questa una struttura più simile al testo lineare, argomentativo (introduzione - svolgimento - conclusione), che non rispetta la regola della piramide rovesciata (conclusione - approfondimento) più adatta alla scrittura sul web e alla lettura a video.

Può essere forse motivata dal fatto che buona parte del corso si basa sulla correzione delle attuali metodologie didattiche e su una strategia che considera il possesso del canale orale della lingua italiana come punto di partenza per un processo formativo sul canale scritto in continua evoluzione. Gli autori hanno quindi preferito una organizzazione retorica del tipo destruens-costruens.

Coerentemente con questo approccio il testo continua presentando l'articolazione del corso nelle sue cinque fasi principali che corrispondono anche alle principali sezioni dell'ipertesto:

1. Il dominio del canale (che corrisponde alla sezione "Fra parlato e scritto"): si afferma l'importanza di portare alla consapevolezza degli studenti i meccanismi e le strategie proprie dell'oralità per individuarne differenze con quelle più adatte al canale scritto.
2. "La gestione dell'informazione": si fa osservare come la raccolta, la selezione, l'organizzazione e la manipolazione delle idee e delle informazioni siano competenze tanto fondamentali quanto trascurate nelle metodologie didattiche.
3. "La situazione comunicativa": riguarda l'organizzazione e la stesura di testi specifici inseriti in situazioni concrete che prevedono il coordinamento delle diverse competenze acquisite.
4. "La lingua": l'attenzione alla lingua è vista come l'ultimo aspetto del processo didattico sulla scrittura, affrontabile solo dopo aver acquisito le competenze sul canale, sulla manipolazione delle informazioni e sulla gestione della situazione comunicativa.
5. L'argomentazione (che corrisponde alla sezione "Il saggio breve"): il punto di arrivo del processo didattico in cui si devono coordinare le diverse competenze acquisite, rispettando i vincoli di spazio, tempo e situazione comunicativa.

Il testo prosegue con la raccomandazione ad inviare gli elaborati degli studenti come esposto nella pagina "Come si applica", con relativo link.

Infine si sottolinea il carattere "introduttivo e necessariamente sintetico" del corso, consultabile "in circa 10 ore di navigazione", e si conclude con l'offerta formativa del SIS, link al sito [Italianoscritto.com](http://Italianoscritto.com) e indirizzo e-mail per informazioni.

## *Come si applica*

Con un'altra costruzione retorica che viola la regola della piramide rovesciata la sezione comincia presentando la didattica della scrittura come una disciplina nuova che deve necessariamente trovare più spazio nell'arco dei cinque anni delle scuole superiori e più coordinazione tra gli insegnanti.

E' probabilmente un'introduzione che, dando giustamente rilievo alla scrittura come "requisito indispensabile di ogni cittadino", è funzionale all'obiettivo di proporre i servizi di consulenza e formazione del SIS.

Si giunge in seguito alla presentazione della metodologia suggerita: gli esercizi presenti nel corso vanno proposti agli studenti per poi essere corretti; la correzione non va vista solo come strumento valutativo ma più come strumento didattico al fine di incoraggiare negli studenti la discussione, l'analisi e quindi la competenza nella produzione di testi.

Si chiude invitando gli insegnanti a consultare il SIS per approfondire contenuti e metodologie didattiche.

## *Esercizi commentati*

Questa pagina spiega agli insegnanti come inviare gli elaborati dei propri studenti. Alcuni di questi elaborati verranno corretti, commentati e pubblicati sul sito nelle sezioni "Esercizi commentati" di ogni capitolo.

In realtà la procedura appare piuttosto complicata e proibitiva; le fotocopie degli esercizi vanno spedite all'indirizzo dell'Istituto Geografico De Agostini con numerosi allegati tra cui:

- nota di accompagnamento con generalità del mittente, indirizzo, telefono, e-mail;



- autorizzazione per il trattamento dei dati personali;
- dichiarazione firmata in cui si attesta l'originalità del materiale e si solleva l'Istituto Geografico De Agostini da qualsiasi responsabilità su eventuali controversie;
- elenco dettagliato del materiale multimediale o cartaceo di altrui proprietà eventualmente utilizzato;
- dichiarazione che autorizza l'Istituto Geografico De Agostini a pubblicare il materiale.

Abbastanza da scoraggiare gli insegnanti ad inviare gli esercizi dei propri studenti: le sezioni "Esercizi commentati" dei capitoli infatti sono vuote.

### *Istruzioni per l'uso*

In questa pagina il corso viene presentato come "servizio di aggiornamento professionale on line". In linea con questa premessa se ne illustra la struttura ipertestuale progettata per la consultazione:

- gli argomenti sono suddivisi in rapide unità informative, una per pagina;
- le pagine sono collegate tra loro secondo un rapporto di pertinenza, e non di sequenza lineare.

Si invita poi a scegliere tra:

- una navigazione orientata dai contenuti, seguendo uno dei possibili percorsi indicati dai link alla fine delle singole pagine<sup>72</sup>;
- una navigazione sequenziale che rispetta il procedere naturale del corso.

---

<sup>72</sup> In realtà quanto questa impostazione non risulti tanto automatica lo si vede da alcuni errori presenti nell'organizzazione dei contenuti: ad esempio nella pagina "Rendere la gerarchia" della sezione "La gestione dell'informazione" si fa riferimento a dei testi di esempio presenti nelle pagine precedenti (precedenti, da un punto di vista sequenziale), senza link e senza specificarne la posizione all'interno dell'ipertesto.

Alcune parole (colorate in [azzurro](#)) contenute all'interno dei testi delle lezioni sono link che aprono una piccola finestra del Glossario.

Alla fine di ogni unità didattica una sezione Esercizi contiene:

- indicazioni per gli insegnanti;
- esercizi guidati che possono essere svolti in classe;
- elaborati corretti e commentati (si invita nuovamente gli insegnanti ad inviare gli esercizi svolti dagli studenti).

Si fa poi riferimento all'utilizzo di supporti audio (in realtà vi è solo un collegamento ad una traccia audio contenuta in una pagina di un altro sito) e di immagini di cui si specifica la funzione non decorativa bensì didattica. Affronterò il difficile rapporto tra testo e immagini in un apposito paragrafo.

Si conclude con l'ulteriore invito ad inviare le prove degli studenti e link alla pagina "Esercizi commentati".

## ***Autori***

L'ultimo link conduce a questa pagina che però non nomina gli autori del corso Tommaso Raso e Giovanni Acerboni. In linea invece con l'obiettivo di creare un rapporto con potenziali clienti vengono presentati l'associazione Servizio d'italiano scritto, chi la presiede (Francesco Bruni) e le attività di ricerca e formazione che per primo il SIS ha avviato in Italia. Link in uscita [www.italianoscritto.com](http://www.italianoscritto.com) e e-mail [info@italianoscritto.com](mailto:info@italianoscritto.com).

## *La Home page*

Dall'analisi di queste pagine introduttive si riesce ad individuare ulteriori motivazioni che stanno alla base dell'architettura della home page. Come già è stato premesso, si tratta di una pagina di 'copertina' che manca di molte di quelle caratteristiche che in una home page sarebbero ottimali<sup>73</sup>.

L'assenza di alcuni di questi elementi, come le news e la data dell'ultimo aggiornamento è certamente dovuta al fatto che il programma del corso è da considerarsi valido e immutabile nel lungo periodo e l'ipertesto non fa dell'aggiornamento un suo valore aggiunto. Viene segnalata quindi solo, all'interno della nota di Copyright a piè di pagina, la data di pubblicazione. Queste considerazioni inquadrano tutto l'ipertesto in un ottica più tradizionale, più affine al testo stampato che non al testo elettronico, il quale possiede invece la possibilità di modifiche, aggiunte e aggiornamenti immediati.

La mancanza di altri elementi (stimoli, presentazioni, promozioni del contenuto, gerarchia visibile,...) invece sembra funzionale all'obiettivo di indirizzare l'utente innanzitutto verso le pagine introduttive, le quali godono il privilegio di avere ognuna il proprio link sulla home page, mentre ad un asettico "INDICE" viene dato l'ingrato compito di farsi veicolo del contenuto dell'intero corso. Il fatto che l'ancora sia sistemata da sola al centro di un'ampia cella in realtà potrebbe non dare al link nessun particolare rilievo, poiché nella modalità della lettura selettiva, che si adotta durante la navigazione, si tende a ricercare in automatico le liste di link incolonnati o allineati piuttosto che parole isolate. Sarebbe stato più

---

<sup>73</sup> Per un'analisi delle caratteristiche funzionali alle home page vedi Steve Krug, *op. cit.*, pp. 96-129.

‘corretto’ e funzionale alla fruizione dell’ipertesto se già nell’home page fosse presentato almeno il primo livello della suddivisione logico-concettuale dei contenuti ( ovvero i titoli delle sezioni principali: “Fra parlato e scritto”, “La gestione dell’informazione”, “La situazione comunicativa”,...) se non addirittura l’indice espandibile a cui è stata dedicata invece l’apposita pagina “Indice”. E’ quindi una home page che non spiega l’ipertesto, non ne mostra la gerarchia, non ne promuove i contenuti, ma smista l’utente alle pagine che hanno questi compiti. L’invito alla navigazione ne risulta però indebolito.

Il compito di presentare l’identità dell’ipertesto e la sua funzione sono svolte insieme da titolo e sottotitolo centrati nella metà superiore della pagina. In genere si invita a disporre ID e tagline<sup>74</sup> in alto a sinistra e, anche se il caso specifico non riguarda un sito commerciale, una titolazione grafica facilmente individuabile, disposta in alto a sinistra, e che permane nel corso di tutto l’ipertesto è ormai una convenzione in grado di rispondere a diverse esigenze di navigazione: dà l’identità del sito ad ogni singola pagina e può essere utilizzabile come bottone di ritorno all’home page, permettendo all’utente di avere sempre un utile punto di riferimento nella sua esplorazione.

Il numero di link di questa home page non ne fa una pagina funzionale alla navigazione. Il compito viene svolto invece dalla pagina “Indice”, dalla quale si può accedere a tutte le pagine dell’ipertesto (ad esclusione delle finestre del glossario). Si sarebbe potuto agevolmente assemblare le due pagine e creare una home page più rappresentativa e un ipertesto più fruibile.

---

<sup>74</sup> «Una Tagline è una frase stringata che caratterizza l'intera iniziativa, riassumendone il significato e i pregi». Steve Krug, *op. cit.*, p. 105.

Infine la funzione, forse più importante, di una home page è quella di dare credibilità e fiducia: questa deriva da un mix di grafica, navigabilità e riconoscimento da parte dei fruitori dell'autorevolezza di chi ha curato i contenuti dell'ipertesto. Da questo punto di vista l'acronimo "S.I.S." potrebbe essere non troppo indicativo: il nome dell'associazione per esteso avrebbe suggerito forse un'idea di maggior professionalità<sup>75</sup>. Ancora una volta la funzione viene assegnata alle pagine introduttive a cui l'home page rimanda. Per quanto riguarda la grafica, la struttura perfettamente simmetrica ed equilibrata della pagina potrebbe suggerire una certa serietà e professionalità nella redazione del corso, ma anche una certa rigidità nell'organizzazione dei contenuti. Le immagini, disposte secondo una simmetria orizzontale e una asimmetria verticale<sup>76</sup>, richiamano diverse opere pittoriche di diversi autori, connotando e presupponendo un certo background culturale. Le immagini sono inserite nell'architettura tabellare della home page ma il risultato, a basse risoluzioni dello schermo, comporta degli inspiegabili tagli di queste opere pittoriche che invece, se salvate sull'hard disk e poi visualizzate, compaiono nella loro interezza. Ci si chiede quindi se:

- l'ottimizzazione alla risoluzione 800 per 600 dichiarata a fondo pagina non sia soltanto millantata;
- non siano stati commessi errori di impaginazione;

---

<sup>75</sup> Gli studiosi di usabilità e di web writing consigliano di sciogliere sempre gli acronimi; vedi Nielsen, cit. in <http://www.mestierediscrivere.com/testi/webwriting.htm>, a cura di Luisa Carrada.

<sup>76</sup> Disposizione mutuata dall'impaginazione dei quotidiani: in particolare all'elemento della simmetria orizzontale viene assegnata la funzione di dare ordine, equilibrio, sicurezza, alla asimmetria verticale invece quella di dare dinamicità, vitalità, movimento alla pagina; Roberto Morelli, "è la stampa, bellezza"- *Corso generale di tecnica giornalistica*, Trieste, Edizioni Lint, 1999, pp. 161-163.

- i curatori non si siano curati di particolari che potrebbero oltre che infastidire l'utente anche rallentare il caricamento della pagina (perché scaricare un'immagine intera se poi ne viene visualizzata solo una parte?).

Infine l'allineamento centrato di titoli e link è un elemento statico che dà più l'idea di un muro che di una porta che si apre verso dei contenuti; l'allineamento a sinistra è più dinamico e, rendendo più scorrevole la lettura, invita a proseguire.

Quindi, riassumendo, molte delle funzioni che dovrebbe svolgere una home page sono invece rimandate alla pagina "Indice" e alle pagine introduttive. A queste ultime viene dato un rilievo particolare, indirizzando l'utente ad iniziare la navigazione da queste pagine a cui sono stati assegnati i compiti di definire i destinatari, di spiegare le modalità di utilizzo dell'ipertesto, di promuovere il SIS, di instaurare un solido rapporto di fiducia con potenziali clienti. Questo invito non è stato però realizzato nella home page attraverso elementi grafici o testuali funzionali agli obiettivi, ma impoverendo le modalità di promozione e presentazione dei contenuti dell'ipertesto, scoraggiando quindi l'invito alla navigazione. Probabilmente si presuppone un utente fortemente motivato.

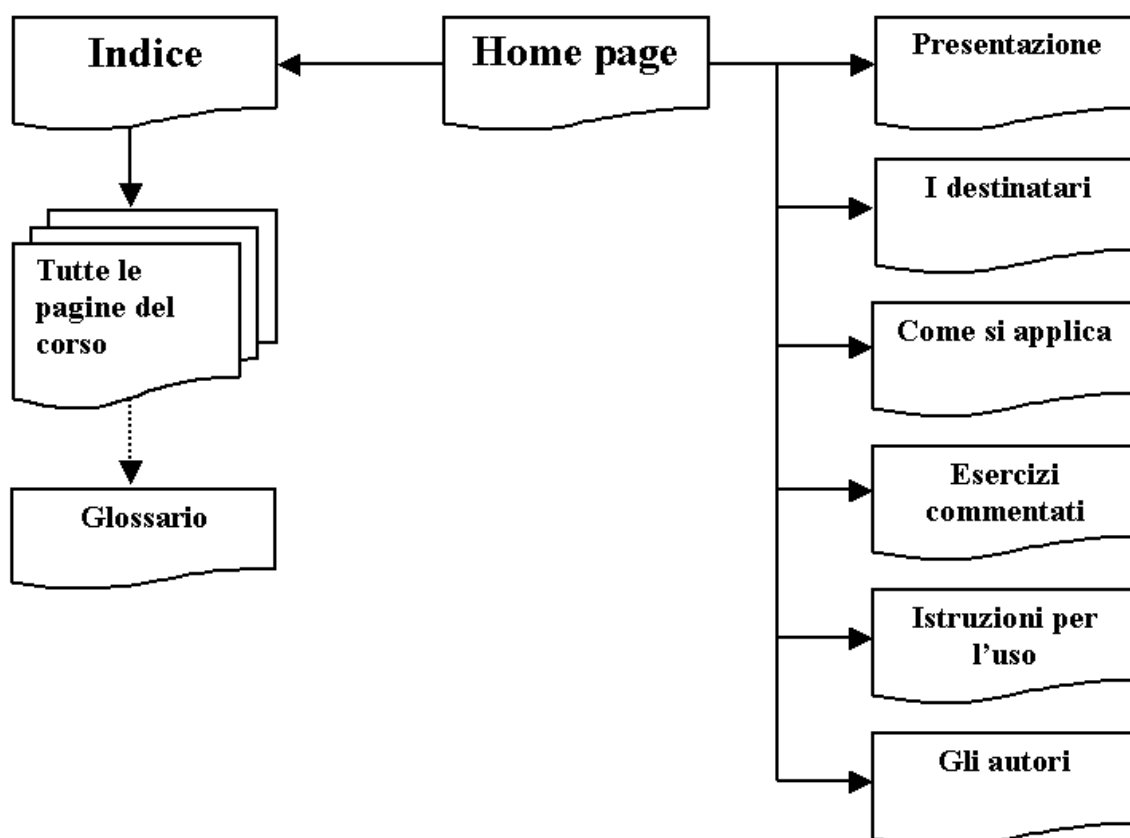




## *Struttura ipertestuale e frameset*

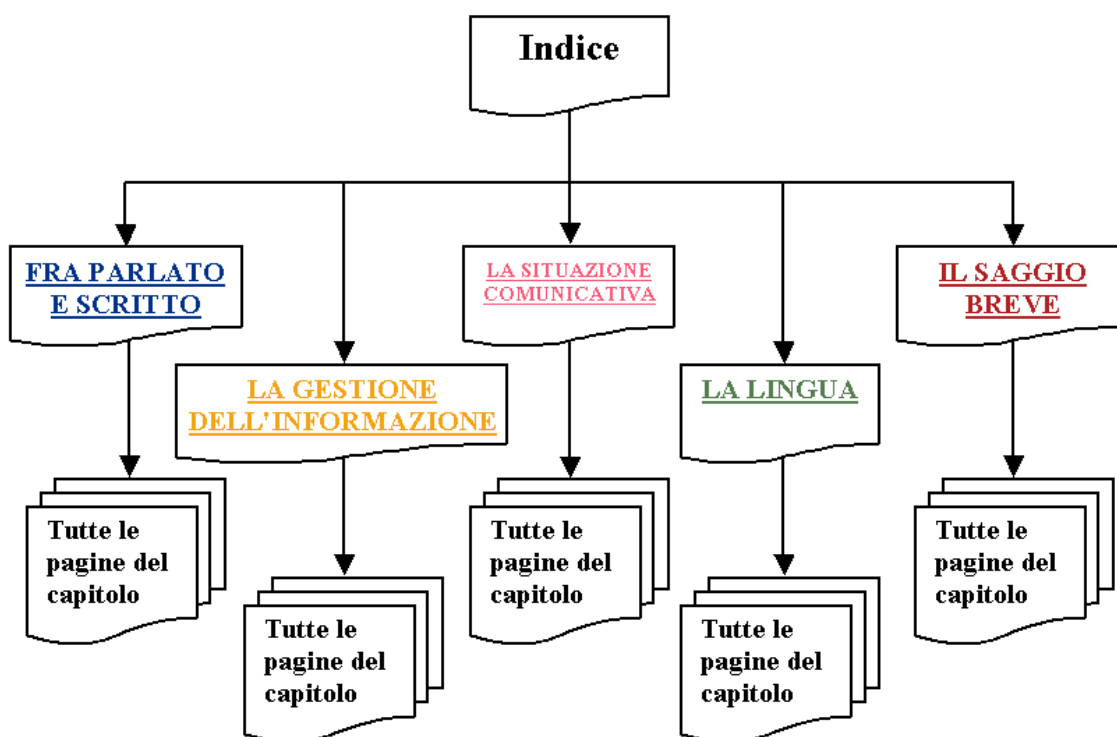
Come si è visto, dalla home page ci si può collegare o alle pagine introduttive tramite le ancore incolonnate a destra o, mediante l'ancora disposta al centro della cella di sinistra, alla pagina "Indice", dalla quale, grazie ad un elenco espandibile di link, si può raggiungere tutte le pagine del corso, alcune delle quali contengono parole cliccabili che aprono una piccola finestra del glossario.

La struttura può essere quindi così rappresentata:



Tuttavia l'utilizzo di frame, oltre a rendere la navigazione più flessibile, affianca a questa struttura un'altra più affine alla suddivisione logico-concettuale in capitoli: durante la navigazione nelle pagine del corso, nel frame destro comparirà la pagina di contenuto, mentre nel frame sinistro si troverà il menu del capitolo a cui appartiene la pagina.

La struttura, dall'indice in poi, può quindi essere espressa così:



L'elenco espandibile della pagina "Indice" mostra invece l'intera struttura logico-concettuale del corso: se, quando si apre la schermata, appare l'ordine

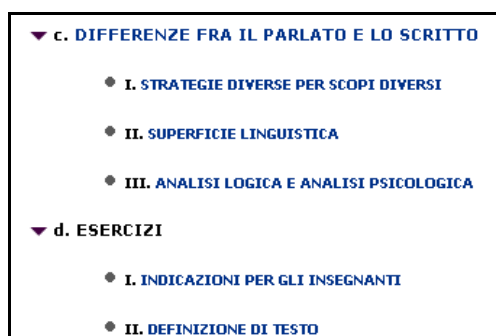


sulla



numerato dei capitoli, cliccando freccia a sinistra di ogni capitolo comparirà la suddivisione in paragrafi del capitolo, che a sua

volta conterrà alcune voci espandibili ad un livello successivo. Ognuna di queste voci costituisce un link alla relativa pagina del corso. Anche i titoli dei capitoli aprono una propria pagina di contenuto. La voce "ESERCIZI", invece, non costituisce un'ancora, ma ha la funzione di illustrare la natura degli ultimi link di ogni capitolo.



In questo modo dall'Indice si può avere accesso diretto a tutte le pagine del corso. Inoltre il frame di sinistra contiene un menu che rimanda alle sei pagine introduttive e alla home page. Quindi questa pagina, essendo collegata a tutte le altre pagine, si configura come il centro dell'ipertesto, ruolo che, per certi versi, avrebbe dovuto svolgere la home page.

L'architettura di ogni singola pagina del corso prevede inoltre una certa libertà di navigazione sia tramite la barra di navigazione in alto che permette di spostarsi tra i capitoli, sia tramite il menu nel frame di sinistra

da cui si può accedere ad ogni lezione del capitolo. Vengono inoltre consigliati, alla fine di ogni pagina alcuni link che collegano ad argomenti correlati, permettendo quindi una navigazione per associazione di pertinenza che attraversa l'ipertesto prescindendo dalla struttura ad albero esposta nei menu dei capitoli.

I contenuti delle singole unità didattiche seguono l'organizzazione logico-concettuale esposta nell'elenco espandibile dell'Indice e nei relativi menu dei capitoli. Tuttavia ad un approfondimento concettuale non segue un analogo approfondimento ipertestuale, le lezioni invece si situano nell'ipertesto in un unico livello. Una scelta che non complica la navigazione ma che appiattisce l'ipertesto.<sup>77</sup>

## ***La progettazione delle pagine***

### **I frameset**

Come sopra accennato, nell'architettura delle pagine di tutto l'ipertesto si utilizzano i frame. Vi è innanzitutto nella parte più alta della schermata la barra di navigazione del sito ospitante Scuola.com che permane nel corso di tutto l'ipertesto, home page compresa.

Nelle pagine successive si possono individuare poi tre modelli differenti di architettura del frameset e di progettazione delle pagine:

- le pagine introduttive;
- la pagina indice;

---

<sup>77</sup> A questo proposito gli studi di web design invitano a non approfondire l'ipertesto in modo da mantenere ogni pagina a non più di due click dall'home page. Steve Krug (*op. cit.*, pp. 40-43) invece fa notare che, se la navigazione è sufficientemente chiara, si può agevolmente superare questo limite.

- le pagine del corso

L'utilizzo dei frame comporta innegabili vantaggi e alcuni svantaggi. I vantaggi riguardano l'utilità di avere barra di navigazione e menu fissi sullo schermo, i quali, oltre ad agevolare la navigazione, servono anche come punto di riferimento per l'orientamento dell'utente.

Gli svantaggi derivano dal fatto che, convivendo diversi file html sullo schermo, il browser potrebbe leggere la pagina in una maniera non ottimale all'uso che ne vuol fare l'utente o all'uso progettato dagli autori. Ad esempio:

- l'intestazione della pagina e l'indirizzo visualizzato (l'URL) rimangono sempre gli stessi durante tutta la navigazione;
- cliccando un link da una pagina salvata (o da un link salvato) potrebbe non apparire l'intero frameset (ovvero l'intera architettura comprensiva di barra di navigazione e menu), ma solo la pagina relativa estrapolata dal contesto progettato (la barra di navigazione del sito ospitante è la prima a scomparire; più antipatico risulta invece quando non compare né la barra con le sezioni principali, né il frame di sinistra con il menu del capitolo);
- stampando la pagina verrà stampato solo un frame.

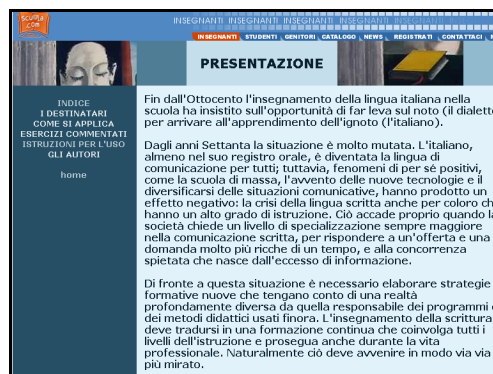
Per questi motivi alcuni esperti di usabilità sconsigliano l'utilizzo di frame. Jacob Nielsen, ad esempio, fa anche notare che l'utilizzo di frame comporta visualizzazioni non previste a diverse risoluzioni dello schermo, tuttavia concorda sull'utilità di avere una barra di navigazione permanente; consiglia quindi l'utilizzo di *frame inline*<sup>78</sup>.

---

<sup>78</sup> Jacob Nielsen, *Web Usability*, Milano, Apogeo, 2000, pp. 85-92.

## La progettazione delle pagine introduttive

Il frameset delle pagine introduttive prevede, oltre al frame della barra di navigazione del sito Scuola.com, solo un frame inferiore scrollabile costruito su



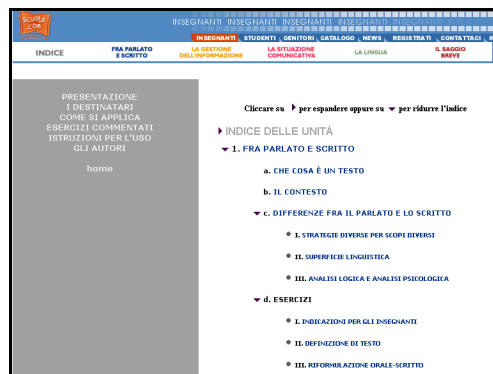
una struttura tabellare che richiama i motivi plastici, i colori e le immagini della home page. Sulla colonna di sinistra una lista centrata contiene i link alle altre pagine introduttive, all'indice e alla home page. Questa lista ha la particolarità di non contenere un link alla pagina aperta, come sarebbe ovvio, da un certo punto di vista. Tuttavia, anche se il titolo, centrato in alto, non lascia dubbi sul nome della pagina in cui ci si trova, sarebbe stato più utile mantenere nell'elenco di sinistra anche il titolo della pagina aperta, per evitare l'effetto di disorientamento che inevitabilmente si produce ogni volta che, navigando tra queste pagine introduttive, ci si accorge che l'ordine della lista cambia ad ogni pagina.

Steve Krug consiglierebbe di mantenere tutte le voci della lista, segnalando di volta in volta, con qualche accorgimento grafico<sup>79</sup> (un triangolino sulla sinistra della prima parola, una evidenziatura, un cambio di carattere, della sua grandezza o del suo colore,...) la pagina in cui ci si trova: ciò permetterebbe una rapida individuazione della posizione all'interno dell'ipertesto e una visione d'insieme della sezione nella quale si sta navigando.

<sup>79</sup> I "segnali stradali" e le "briciole di pane"; Steve Krug, *op. cit.*, pp. 50-95.

## L'indice

La pagina "Indice" introduce un nuovo frameset: alla barra di navigazione del sito Scuola.com se ne aggiunge un'altra che rimarrà durante tutta la navigazione nelle pagine del corso e che contiene i collegamenti ai cinque capitoli, più il



ritorno all'indice (che si configura sempre più come il vero punto di riferimento di tutto l'ipertesto). Questi link si configurano graficamente come gli unici elementi dinamici del progetto: passandoci sopra con il mouse ("on mouse over"), le voci si ingrandiscono gradualmente per poi dissolversi e ricomparire (gif animate).

Sotto questi due frame orizzontali si posizionano altri due frame che dividono la pagina in due colonne di diversa grandezza: il frame più piccolo, di sinistra, contiene il menu delle sei pagine introduttive più il ritorno alla home page, il frame di destra contiene l'indice espandibile sopra descritto. Espandendo l'indice, il frame che lo contiene diventerà scrollabile mentre tutti gli altri frame rimarranno fissi sullo schermo.

## La progettazione delle pagine del corso

Il frameset introdotto con la pagina "Indice" fornirà l'infrastruttura per il resto delle pagine del corso. Si avranno quindi le due barre di navigazione in alto (quella del sito Scuola.com e quella con i link all'Indice e ai capitoli del corso) e due colonne in basso: il frame di destra sarà destinato ai contenuti, quello di sinistra ai menu dei capitoli.

Da questo punto dell'ipertesto scompariranno quindi i riferimenti alle pagine introduttive del corso, ma sotto ad ogni menu ci sarà il link di ritorno alla home page.

Il frame di sinistra cambierà il colore dello sfondo a seconda del menu del capitolo aperto: dal grigio del menu che si apre con la pagina "Indice" e che contiene gli ultimi collegamenti alle pagine introduttive, si passerà ai diversi colori associati ai rispettivi capitoli, coerentemente con il colore dei titoli che compaiono sulla barra di navigazione:

**FRA PARLATO E SCRITTO**

**LA GESTIONE DELL'INFORMAZIONE**

**LA SITUAZIONE COMUNICATIVA**

**LA LINGUA**

**IL SAGGIO BREVE**



Il colore viene quindi utilizzato come punto di riferimento per la navigazione, mostrando all'utente la sezione che si sta esplorando; anche i link di tipo tematico, situati alla fine delle pagine di contenuto nel frame di destra, utilizzeranno gli stessi colori per indicare se, cliccando sul link, ci si sposterà non solo in un'altra unità informativa ma anche in un'altra sezione dell'ipertesto, instaurando così un'efficace retorica della partenza e dell'arrivo.

Il menu di destra avrà quindi sempre uno sfondo di colore saturo che, con il bianco del carattere delle voci, creerà un contrasto testo/sfondo di tipo negativo, leggermente meno adatto alla lettura forse ma funzionale all'individuazione degli strumenti della navigazione. I link alle pagine già



visitate vengono segnalati diminuendo la luminosità (e quindi la visibilità) del carattere, tuttavia questa lieve differenza fatica a farsi evidente.

Il contrasto del frame di destra invece, dedicato alla lettura dei contenuti, avrà sempre sfondo bianco e carattere nero (contrasto positivo).

Ognuna di queste pagine contiene:

- titolo centrato;
- testo di lunghezza variabile (da una schermata all'equivalente di quattro pagine stampate);
- immagine, di solito disposta a destra (ad esclusione delle pagine classificate sotto la voce "ESERCIZI", che non sono corredate da immagini).

In alcuni casi, certe parti di testo vengono introdotte da un "*l'esempio*" o da un "*l'approfondimento*", in *corsivo*, ed evidenziate colorando lo sfondo che contiene la porzione di testo con lo stesso colore del menu, ma meno saturo (in modo da mantenere la leggibilità con il nero del carattere).

In generale, la formattazione e l'esposizione grafica del testo sono corrette e fanno un buon uso di quelle accortezze che caratterizzano una scrittura on line funzionale alla lettura a video:

- i capoversi, giustamente distanziati, spezzano i blocchi di testo, mantenendo un buon rapporto tra spazi liberi e spazi occupati dal testo e dando quindi il giusto respiro alla lettura;
- i testi di una certa lunghezza vengono suddivisi in più paragrafi titolati ed affiancati da ulteriori immagini, in modo da evitare il disorientamento dell'utente nello *scrolling*;
- elenchi puntati e numerati contribuiscono anch'essi a rendere le unità informative più scorrevoli e leggibili;

- l'utilizzo del frameset inoltre imposta la pagina in maniera tale da mantenere la lunghezza di ogni riga all'interno di un unico movimento oculare, garantendo la leggibilità del testo;
- si individuano giustamente le parole chiave evidenziate in grassetto;
- i caratteri utilizzati, **Verdana** per i titoli e **Arial** per i testi e le voci del menu, sono entrambi caratteri adatti per lo schermo.

Tuttavia la grandezza del carattere non è espandibile tramite l'apposita funzione del browser, non rispettando quindi eventuali esigenze dell'utenza.

## **Bussole di navigazione**

Le modalità di navigazione e di fruizione di un sito rendono necessari alcuni accorgimenti al fine di evitare spiacevoli effetti di disorientamento<sup>80</sup>. Ogni pagina dell'ipertesto presenta in basso una riga in carattere piccolo che riporta la nota di Copyright<sup>81</sup> (con nome del sito Scuola.com, anno di pubblicazione ed editore De Agostini) e l'informazione sulla risoluzione ottimale (800x600). Il frameset, se aperto correttamente, permette di avere sempre sullo schermo, almeno nell'indice e nelle unità didattiche, i link alle sezioni principali e il bottone di ritorno all'home page e all'indice. Manca invece il titolo del corso che avrebbe garantito la rapida individuazione del contesto di appartenenza della pagina. La barra di navigazione del sito ospitante con tanto di bottone di ritorno all'home page di Scuola.com invita invece a passare ad un livello ancor più lontano da quello in cui si

---

<sup>80</sup> La Carrada suggerisce di inserire in ogni pagina almeno: «titolo del sito/ indicazione delle sezioni principali o mappa del sito o ritorno alla home page/ autore o webmaster, completo di collegamento all'e-mail/ data dell'ultimo aggiornamento»; *op. cit.*, p. 19.

<sup>81</sup> La parola Copyright viene sostituita dal simbolo ©: alcuni fanno notare che tale simbolo, essendo un carattere speciale, non è visualizzabile da tutti i browser (Luisa Carrada, *op. cit.*, p.119).

troverebbe il visitatore finito per caso (magari da un motore di ricerca) su una pagina del corso. L'assenza della data di aggiornamento, come già visto, fa pensare che non si faccia dell'aggiornamento un servizio aggiunto ma che, anzi, l'edizione dell'ipertesto sia assimilabile a quella del più tradizionale libro, con tanto di data di pubblicazione.

Manca infine il nome dell'autore con relativo indirizzo e-mail.

## **Il rapporto immagini-testo**

Quando si entra in una nuova pagina, le immagini, che vengono caricate in un secondo momento rispetto al testo, provocano un'inaspettata giustificazione del paragrafo che causa, per un attimo, l'interruzione della lettura.

Le immagini danno tuttavia una certa caratterizzazione alla pagina: navigando nell'ipertesto si individuerà una pagina già visitata più dall'immagine rappresentata che dalla configurazione degli elementi testuali. Passando con il mouse sopra l'immagine comparirà una finestrella (tag Title o Alt text) con nome del quadro, autore e data dell'opera.

L'utilizzo di immagini appartenenti alla storia dell'arte è un accorgimento gradevole, che presuppone un certo interesse pittorico e un certo background culturale ed è coerente con il registro e con le attitudini dei destinatari. Tuttavia una pertinenza didattica con le informazioni che ogni unità vuole trasmettere è dubbia.

Una strategia formativa che contempra l'utilizzo di immagini abbinate ai contenuti espressi dal testo dovrebbe presupporre una analogia tra il senso veicolato dal testo e quello veicolato dall'immagine, in modo tale che ciò

che potrebbe rivelarsi oscuro nel testo venga illustrato<sup>82</sup> dalle immagini e viceversa, oppure che immagini e testo aumentino la ridondanza del messaggio, chiarendo il significato di quanto esposto.

Un esempio di questo uso si trova nella pagina "Il Brainstorming e la scaletta", nella quale si illustra l'esempio di una mappa mentale utile per organizzare le idee. Tuttavia


**IL BRAINSTORMING E LA SCALETTA**

Per attivare le conoscenze è molto utile il cosiddetto *brainstorming* (letteralmente: *la tempesta del cervello*). Dato un argomento (un titolo o parte di un titolo), si fissa su carta ogni idea che viene in mente. Il *brainstorming* è particolarmente efficace in gruppo, perché ci si stimola vicendevolmente.

È molto importante:

1. fissare sulla carta ciò che viene in mente, perché vedere ciò che si è scritto attiva ulteriori conoscenze;
2. non scartare nulla. Infatti ogni idea può produrre di nuove e può acquistare significati nuovi se messa in relazione con idee che devono ancora essere attivate.

Fissare su carta le idee, in questa fase, significa realizzare la cosiddetta **scaletta a nucleo**: dato l'argomento, che si pone al centro, si dispongono intorno ad esso



questo utilizzo dell'immagine è reso possibile proprio dal fatto che il concetto esposto dal testo è fondato su una rappresentazione visiva della realtà. Il resto delle nozioni esposte nel corso, trattando concetti astratti e fondati sul canale auditivo, difficilmente si prestano ad essere tradotti in immagine.

L'utilizzo dell'immagine quindi si limiterà a suggerire una connotazione, oppure, nei casi più appropriati, una metafora. Ma anche queste modalità si prestano ad alcune considerazioni: Alessandra Anichini afferma che combinare parole e immagini «significa attribuire innanzitutto ad ogni codice i propri requisiti» e «creare una nuova sinestesia tra elementi appartenenti a sfere percettive diverse»<sup>83</sup>. L'utilizzo dell'immagine deve essere chiaro, intuitivo, comprensibile e deve guidare il

<sup>82</sup> Dall'etimologia di "illustrazione": «Con questo termine si intendeva, agli inizi dell'Ottocento, tutto l'apparato di note critiche e commenti inseriti in un testo a stampa». A metà dell'Ottocento "illustrare" «significa ancora "chiarire, spiegare". Per estensione, più tardi le "illustrazioni" divennero immagini, con la funzione, appunto, di facilitare la comprensione del testo». Alessandra Anichini, *Come scrivere un testo multimediale*, in Luca Toschi (a cura di), *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Apogeo, 2001, pp. 161-162.

<sup>83</sup> in Luca Toschi, *op. cit.*, p. 160.

fruitore verso un'interpretazione che non prescinde dalla sua già acquisita predisposizione ad abbinare a determinate forme iconiche determinati concetti o significati. Deve cioè già esistere nell'immaginario dell'utente un "artefatto cognitivo" che gli faccia interpretare il senso dell'immagine coerentemente con il senso del messaggio veicolato dal testo.

Riassumendo, l'utilizzo dell'immagine a scopo didattico può essere motivato se:

- si ha chiaro il senso del messaggio;
- è possibile tradurre tale senso in forma iconica;
- tale forma iconica appartiene anche all'universo cognitivo dell'utente.

Dato l'argomento, risulta piuttosto forzato tradurre in immagine il senso di molte delle unità didattiche presenti nel corso; spesso quindi non si riesce a cogliere quella pertinenza che dovrebbe associare le opere pittoriche esposte al testo delle lezioni: l'immagine, in questo caso, non riesce ad assumere una sua valenza formativa.

### ***I microcontenuti***

Se nella stampa titoli, sottotitoli e indici servono ad introdurre l'argomento o ad attirare l'attenzione, nel linguaggio multimediale i microcontenuti devono essere soprattutto funzionali alla navigazione.

La Carrada<sup>84</sup> ci fa notare come questi elementi acquistino sul web un'importanza maggiore rispetto agli altri media.

- Sono di più: a quelli mutuati dai media tradizionali, quali titoli, sottotitoli, indici, didascalie e abstract, si aggiungono, innanzitutto i

---

<sup>84</sup> Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 65.

link, in tutte le loro tipologie, poi le intestazioni, i domini, i link title e tutti gli altri elementi animati.

- Sono più frequenti: un buon uso delle potenzialità dell'ipertesto implica la suddivisione in numerose unità autonome e titolate ed una profonda ed espansa organizzazione delle informazioni che deve essere rappresentata da una coerente e chiara configurazione degli elementi della navigazione quali link, indici, liste e menu.
- Rappresentano già un primo livello di lettura, e, se mal progettati o a seconda della motivazione e degli interessi dell'utente, possono essere anche l'unico.

L'autrice, in risposta alla diffusa tendenza a mutuare sul web certi stili e registri, si impegna a sottolineare le differenze che questi elementi assumono (o dovrebbero assumere) nella scrittura on line rispetto ad altri linguaggi: ad esempio titoli criptici, suggestivi, teaser che potrebbero essere efficaci nella pubblicità o nella stampa, sul web potrebbero non esserlo<sup>85</sup>.

I microcontenuti sul web hanno invece la funzione di rappresentare, sintetizzare e condensare le informazioni o il senso dei macrocontenuti a cui rimandano.

## **Titolo del sito**

*"Come si scrive. Contributi per la didattica della scrittura"* è un titolo informativo, significativo e rappresentativo degli obiettivi, della tipologia dell'ipertesto e, in un certo senso, contiene anche indicazioni sui destinatari del corso.

---

<sup>85</sup> «Non usate titoli criptici o *teaser*, che funzionano nella pubblicità o nella stampa, dove si può voltare pagina per leggere l'articolo, ma non sul web, dove c'è un'altra intera pagina da scaricare senza sapere cosa effettivamente si troverà». Luisa Carrada, "piccole cose che contano",

<<http://www.mestierediscrivere.com/testi/microcontent.htm#link>>, 31/7/99.

Il “*Come si scrive*” specifica la natura didattica dell’ipertesto e ne identifica l’argomento.

“*Contribuiti per la didattica della scrittura*” suggerisce che ci si concentrerà sulla metodologia dell’insegnamento, ovvero, più che insegnare a scrivere l’ipertesto si occupa di insegnare ad insegnare.

## **Nome del dominio**

L’URL, l’indirizzo Internet paga il prezzo di non avere un proprio dominio ma di appoggiarsi a quello del sito ospitante Scuola.com:

<http://www.scuola.com/comesiscrive/frsis.html>.

Un [www.comesiscrive.it](http://www.comesiscrive.it) (il dominio è ancora libero) sarebbe stato più immediato, più facile da ricordare e da trovare e sarebbe stato avvantaggiato dall’efficacia della semplice, sintetica e significativa formula del titolo “Come si scrive”.

## **Titoli e link**

Titoli delle pagine e ancore dei link corrispondono nell’uso dei termini in quasi tutto l’ipertesto: ad esempio non sono presenti frasi sottolineate che rimandano a pagine il cui titolo richiama la frase ma è costruito diversamente. Tuttavia vi sono alcuni casi in cui le ancore e i titoli differiscono leggermente: ad esempio la pagina “Il testo” è la destinazione dell’ancora “Che cos’è un testo” del menu del primo capitolo.

Titoli e link sono sufficientemente informativi, sintetici ed identificano con chiarezza l’argomento, utilizzando un linguaggio significativo e funzionale agli scopi formativi dell’ipertesto.

In linea con alcuni studiosi si potrebbe osservare che, ad esempio, nelle ancore della barra di navigazione non sarebbe il caso di utilizzare più di due parole. Tuttavia queste ancore, anche se lunghe, sono sufficientemente chiare, distanziate ed individuabili. Leggermente più impegnativa potrebbe risultare la lettura di alcune ancore inserite nel menu dei capitoli, come ad esempio “La sintassi complessa e parole lunghe e difficili”: nella modalità della lettura selettiva, l’ancora potrebbe venire scartata a favore di voci più sintetiche.

Tra le varie tipologie di link sono presenti:

- link strutturali e di navigazione: sezioni principali, menu dei capitoli, ritorno all’indice e all’home page;
- reference link: alla fine di ogni unità didattica, sotto la voce “Argomenti correlati” vengono suggeriti (quasi sempre) alcuni link ad altre unità didattiche; a questi si aggiungono le parole sottolineate all’interno del testo che aprono la finestra del glossario;
- link di uscita: sono presenti solamente il link al sito Italianoscrito.com nelle pagine introduttive e, in una pagina della sezione “Esercizi” del primo capitolo, un link (scaduto) ad una pagina interna del sito Radiopopolare.it che contiene una registrazione audio da utilizzare per l’esercitazione proposta.

Mancano quindi i link interni al testo, forse perché avrebbero creato una ridondanza con i link alla fine di ogni pagina, oppure perché la costruzione della frase avrebbe strutturato un link non omogeneo con il titolo della pagina collegata. Tuttavia la mancanza di questi non chiarisce a quale dei diversi link elencati sotto la voce “Argomenti correlati” bisogna riferirsi per approfondire determinati concetti esposti nel testo, costringendo spesso l’utente a procedere per tentativi.



## **Page title e metatag**

Agli aspetti “invisibili”, ma non meno importanti, dei documenti html non è stata posta sufficiente attenzione. Il page title, ad esempio, utile quando si vuole aggiungere la pagina ai ‘Preferiti’ del proprio browser, non è stato inserito: le pagine salvate saranno quindi nominate tutte dal browser “Untitled document”, oppure (a seconda di come si apre il frameset, se da un link o da una pagina salvata, oppure arrivando dal sito Scuola.com) avranno tutte il page title della barra di navigazione del sito Scuola.com, vanificando quindi l'utilità di avere un accesso diretto, dal menu dei preferiti del proprio browser, alla pagina desiderata.

Anche i metatag, utili per indicizzare le pagine sui motori di ricerca e, in alcuni casi (a seconda del motore di ricerca utilizzato), per dare una prima descrizione del sito o della pagina, non sono stati inseriti.

## ***La scrittura***

Luisa Carrada sottolinea come la scrittura rimanga anche su Internet l'elemento più importante della trasmissione dei contenuti.

Nel corso degli anni e dei periodi di sperimentazione è lentamente maturata la consapevolezza del particolare stile della scrittura sul Web, fondamentalmente adattato, si afferma, alla diversa modalità di lettura con cui si affronta la navigazione.

Da questa consapevolezza si delineano alcuni vincoli a cui la scrittura deve attenersi, vincoli che parrebbero ridurre la libertà degli scrittori e impoverire la lingua.

Tuttavia l'autrice fa notare che vi sono anche delle risorse in più rispetto alla scrittura professionale: la grafica e l'ipertesto.

Quindi sulla capacità di saper coordinare grafica e parole e di saper espandere unità testuali autonome nelle diverse profondità di un ipertesto progettato per la navigazione, si fonderà il successo di una buona comunicazione on line. Molti autori fanno notare che questo presuppone innanzitutto un altro modo di pensare<sup>86</sup> rispetto alla più tradizionale redazione di testi lineari: un ipertesto deve venir progettato per essere esplorato con un alto grado di interattività che si manifesta nella libertà dell'utente di scegliere tra una molteplicità di percorsi. Si deve riuscire a pensare alla virtuale presenza di tutti i testi che fanno parte dell'ipertesto e a quella di tutti i percorsi possibili. Sulla base di queste considerazioni si devono quindi scrivere i testi.

In "Come si scrive" lo stile della scrittura sembra un buon compromesso tra le esigenze formative dell'ipertesto e le peculiarità della scrittura on line.

I testi non sono mai eccessivamente lunghi e, anche quando la pagina viene scrollata, paragrafi e capoversi ben distanziati, l'uso dell'impaginazione e delle immagini garantiscono la continuità della lettura.

I capoversi sono sintetici e veicolano una giusta quantità di informazione. La semplicità necessaria alla lettura a video è assicurata sia

---

<sup>86</sup> Luca Toschi parla di un pensare multimediale riferendosi ad un modo di procedere orchestrando, fino ad integrarli, i diversi linguaggi che in quello multimediale convergono, attraverso interazioni, sia interne alle singole unità informative, sia tra le diverse unità informative, sulla base di una strategia comunicativa che, superando una visione orientata «all'assemblaggio di parti di testo viste separate le une dalle altre», comprenda invece l'insieme dei linguaggi e delle parti in un tutto (sempre superiore alla somma delle singole parti) in vista di un rapporto di fruizione interattivo. Luca Toschi, *op. cit.*, pp. LVII-LIX.

nella sintassi che nel linguaggio (all'uso di termini tecnici vengono affiancati gli approfondimenti del glossario) senza arrivare a quegli estremi delineati da alcuni studiosi della scrittura on line<sup>87</sup>.

Tuttavia altre caratteristiche lasciano nel dubbio: la regola della piramide rovesciata non è sempre rispettata e spesso si fatica a cogliere l'essenza delle singole lezioni.

Il registro rimane troppo distaccato e accademico, certamente in linea con lo scopo didattico dell'ipertesto, ma forse non adatto all'interattività del medium. A questo proposito la Carrada osserva:

Far sentire al lettore, anche attraverso lo stile, che dietro quella pagina non c'è solo un'azienda o un'istituzione, ma ci sono delle persone, significa coinvolgerlo e farlo fermare<sup>88</sup>.

Evidentemente la tipologia dell'ipertesto e l'analisi del destinatario hanno condotto gli autori ad utilizzare uno stile più accademico e impersonale. Sarebbe tuttavia da sperimentare se la scrittura on line non possa ridefinire anche il registro di quei testi che, in apparenza, restano vincolati ad uno stile più formale; di fatto le uniche e reali necessità del linguaggio accademico potrebbero essere il rigore e la precisione, caratteristiche del resto condivise con la scrittura on line.

Ma è nell'organizzazione dei contenuti che l'ipertesto lascia più dubbi: le lezioni del corso sono infatti situate tutte allo stesso livello di profondità mentre l'organizzazione logico-concettuale è strutturata su più livelli.

---

<sup>87</sup> Mi riferisco alle linee guida dettate da Nielsen, del quale si avrà modo di approfondire in seguito un suo ipertesto dedicato al webwriting.

<sup>88</sup> Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 52.

Le pagine che avrebbero potuto essere nodi di ulteriori espansioni vengono quindi equiparate a quelle che in realtà sono le destinazioni di un percorso concettuale; manca una struttura ipertestuale che procede dal generale al particolare. La ricostruzione di questa struttura, che prima che essere ipertestuale è logico-concettuale, è delegata all'utente, il quale, solo dopo aver affrontato buona parte dell'ipertesto, riesce a ricostruire con chiarezza i rapporti logici che i concetti instaurano tra di loro. Nonostante i reference link sotto la voce "Argomenti correlati", le lezioni di ogni capitolo sono organizzate come quelle di un libro stampato, con un indice all'inizio e le pagine che si succedono una dopo l'altra. Non è questa una strutturazione che sfrutta le potenzialità di un ipertesto.

Inoltre alcune pagine, se viste in rapporto con l'ipertesto nella sua complessità, sembrano mancare di una reale consistenza informativa e formativa: la strutturazione del corso in un unico livello dovrebbe invece presupporre una equivalenza dal punto di vista della quantità e della qualità delle informazioni.

Un altro aspetto che suscita molti dubbi si rileva nelle ripetizioni. Le ripetizioni dei concetti sono necessarie se servono per dare ad ogni pagina la giusta autonomia, ma non devono sostituire un'adeguata strutturazione dei contenuti. Molti concetti vengono invece ribaditi più volte nelle diverse pagine dell'ipertesto, quasi a formare una retorica dell'insistenza e della ridondanza che sembra rispondere alla mancanza di una organizzazione progettata per la navigazione e per l'apprendimento interattivo.

Pur ritenendo valida la strategia proposta dagli autori che delinea un percorso che parte dall'analisi degli aspetti che precedono il testo per poi

scendere, sempre più in dettaglio, fino alla discussione della superficie linguistica di testi concreti, non posso che osservare come un numero rilevante di pagine si fanno veicolo dei medesimi concetti, differendo solo nella varietà dell'esemplificazione.

Nella seguente analisi emergeranno questi punti critici dell'ipertesto.

## *Analisi dei contenuti*

### **Fra parlato e scritto**

Come espresso sinteticamente nella "Presentazione", il primo capitolo si focalizza sulle differenze tra il canale scritto e orale dell'italiano al fine di portare alla consapevolezza degli studenti i meccanismi che ne regolano il funzionamento e quindi di individuare le modalità più adatte alla scrittura.

La pagina che apre il capitolo, "Fra parlato e scritto", sottolinea quindi l'importanza di conoscere le specificità della scrittura rispetto ad altri canali ed introduce il concetto di "**testo**"<sup>89</sup>, che verrà approfondito nella successiva lezione (ma non vi è alcun reference link a fondo pagina, né riferimenti interni al testo che invitino a proseguire verso tale direzione; l'unica guida rimane in questo caso il frame di sinistra con il menu del capitolo).

Viene specificato che un testo è un'unità comunicativa inserita in un "**contesto**" e che "affrontare le differenze fra oralità e scrittura significa

---

<sup>89</sup> Nel riportare testualmente le parole e le espressioni utilizzate nell'ipertesto, ne mantengo alcuni elementi della formattazione: il **grassetto**, che identifica le parole chiave, e l'**azzurro**, usato per segnalare i link al glossario.

analizzare le differenze fra **testi parlati e testi scritti**" (i termini in grassetto richiamano le principali ancore del menu di sinistra).

Ribadendo il concetto di testo come unità comunicativa inserita in un contesto, la successiva lezione (intitolata "Il testo") si emancipa dall'introduzione del capitolo ed acquista la giusta autonomia che deve avere una pagina ipertestuale.

Vengono portati alcuni esempi di che cosa può essere considerato testo: la Divina Commedia, un estratto conto bancario, un messaggio di posta

elettronica, ma anche un segnale di "Stop", se inserito in un contesto appropriato, ovvero davanti ad un incrocio e non davanti ad una cassetta di frutta al mercato. Indicativa l'immagine sulla destra che raffigura una celebre opera di Andy Warhol come esempio di testo decontestualizzato.<sup>90</sup>

Sotto la voce "Argomenti Correlati" alcuni reference link inviano a diverse destinazioni: alla successiva lezione, ad un esercizio posto alla fine del capitolo e a due pagine di diversi capitoli che approfondiscono l'influenza del destinatario e della situazione comunicativa sulla costruzione del testo (ma l'attinenza di questi due ultimi collegamenti deve venire inferita, non è esplicita).



<sup>90</sup> Anche se, proprio perché la decontestualizzazione operata dall'artista si vuol fare veicolo di comunicazione, il significato globale di immagine e testo potrebbe risultare ambiguo.

La pagina "Il Contesto" appare decisamente scarna, presentando solo una lista, preceduta da un'unica frase, che elenca gli elementi che compongono il contesto:

- l'autore;
- il destinatario;
- il contenuto del messaggio;
- il [canale](#);
- la situazione in cui avviene lo scambio comunicativo.

La struttura si presterebbe ad un naturale approfondimento ipertestuale, invece non vi sono nemmeno i reference link a fondo pagina; solo il termine "[canale](#)", in azzurro, se cliccato, apre la piccola finestra del glossario (ma il termine, presente anche in altre pagine, non sempre si fa link al glossario).

Gli argomenti introdotti dalla pagina "Differenze fra il parlato e lo scritto" si articolano nelle successive tre lezioni; anche in questo caso ad una organizzazione logico-concettuale ad albero non corrisponde un'analogia struttura ipertestuale, ma si prosegue invece linearmente sullo stesso livello.

In "Strategie diverse per scopi diversi" viene approfondita la prima delle distinzioni individuate nella pagina precedente; la lezione, la più lunga di tutto il corso, viene giustamente suddivisa in brevi paragrafi titolati che espongono ognuno i diversi aspetti che differenziano i canali scritto e orale:

- la durata e la distanza;
- la componente verbale ed extraverbale;
- la deissi;

- le pause;
- il feed-back;
- le ripetizioni;
- la semantica;
- la sintassi;
- il cambio di progetto.

Tra tutte le caratteristiche analizzate emergono come rilevanti soprattutto quelle di cui si ha meno consapevolezza:

- le componenti extraverbali del parlato, come l'intonazione e le pause, tendono a trasformarsi in segni di interpunzione, mentre, si spiega, la funzione della punteggiatura è quella di chiarire la "strutturazione logico-sintattica dell'informazione";
- mentre l'oralità "basa l'organizzazione del testo soprattutto sulla [semantica](#)", sfruttando le componenti extraverbali e rendendo l'informazione attraverso successive approssimazioni, la scrittura, nella costruzione del senso, deve basarsi unicamente sulla [sintassi](#), articolando la frase con una subordinazione più ricca, approfondita e gerarchicamente complessa.

Diversi link a fondo pagina collegano alla lezione successiva, a due esercizi alla fine del capitolo, a pagine di altri capitoli che approfondiscono gli aspetti della punteggiatura, dell'organizzazione dell'informazione e della situazione comunicativa.

La lezione "Superficie Linguistica" introduce aspetti che, come si spiega, verranno analizzati in dettaglio nel capitolo "La lingua".

Vengono accennate, attraverso paragrafi titolati, solo alcune differenze tra il canale scritto e parlato a livello di superficie linguistica:

- i segnali discorsivi;
- i plastismi;



- la morfologia;
- l'ordine dei costituenti.

Le differenze tra lo scritto e il parlato, si spiega, sono determinate sostanzialmente dal fatto che, se nell'oralità si assiste alla sovrapposizione di progettazione ed esecuzione, la scrittura, che può essere avvantaggiata da una fase preliminare di progettazione, manca di quelle caratteristiche extraverbali che compongono buona parte della comunicazione orale.

Ne consegue che, se il parlato può permettersi di essere impreciso e procedere per aggiustamenti successivi, anche in risposta al feed-back dell'interlocutore, la scrittura invece deve essere quanto più precisa, chiara e ordinata possibile, sia nella struttura che nella scelta dei termini.

L'ultima pagina che analizza le differenze tra i due canali si intitola "Scansione logica e scansione psicologica" e si concentra sulla tendenza, tipica del parlato, alla **tematizzazione**, ovvero allo spostamento del naturale ordine dei costituenti (soggetto - verbo - oggetto) per dare rilievo al **tema**, all'argomento del discorso, e distinguerlo dal **rema**, ovvero da ciò che si dice sull'argomento.

Se nel parlato l'intonazione rende comprensibile anche una frase sintatticamente scorretta, nello scritto la comprensione può basarsi solo sull'ordine delle parole e sugli espedienti logico-sintattici. Perciò, si conclude, bisogna stare molto attenti a non inserire nella scrittura strutture tematizzanti che, se accettabili in alcuni testi letterari e nel linguaggio giornalistico, sono inadatte nella scrittura professionale.

Come gli altri capitoli anche questo termina con una sezione "Esercizi" introdotta da una pagina "Indicazioni per gli insegnanti": in questa si

ribadisce l'importanza di far prender coscienza agli studenti dei meccanismi che regolano la comunicazione orale e scritta, si fa notare come la maggior parte dei difetti comunicativi della scrittura sia determinata dall'influenza del parlato assieme a quella del modello burocratico (che verrà approfondita in seguito) e si conclude affermando che la maggiore o minore correttezza dei meccanismi linguistici è in rapporto alla situazione comunicativa.

Una frase all'interno del testo ha decisamente un forte impatto comunicativo: "scrivere come si parla o parlare come un libro stampato sono entrambe attività destinate al fallimento comunicativo".

Sintetica ed incisiva, il concetto esposto si imprime facilmente nella memoria e, oltre a condensare il senso di gran parte del capitolo, è efficace nel motivare il lettore allo studio e all'apprendimento; sarebbe stato meglio e più affine alle esigenze della scrittura on line, inserirla all'inizio del capitolo o come frase di apertura della pagina che introduce l'analisi delle differenze tra il parlato e lo scritto.

Gli esercizi che seguono nelle tre pagine successive consistono:

- nella definizione di un testo a partire da due insiemi di frasi di cui solo uno possiede una coerenza complessiva che veicola un senso e da cui si può inferire la situazione comunicativa;
- nella riformulazione di un discorso orale formale, tratto da una conferenza, in un testo destinato al canale scritto;
- nella riformulazione di un testo orale con audio.

L'ultimo esercizio si articola in diverse fasi, presentando diverse versioni della medesima intervista, di cui si fornisce anche, tramite link a Radiopopolare.it<sup>91</sup>, la registrazione audio.

Gli esercizi mirano a far consapevolizzare gli studenti su che cosa costituisce un testo e ad allenare le competenze necessarie ad isolare le informazioni da un testo orale per poi riformularle, organizzate e compattate, in un testo scritto.

## **La gestione dell'informazione**

Il secondo capitolo è dedicato ad un argomento che, come si fa più volte notare nel corso dell'ipertesto, è stato ampiamente trascurato dalla tradizione didattica e comunicativa italiana: l'acquisizione di una serie di competenze relative alla raccolta, alla selezione e all'organizzazione delle idee e delle informazioni.

Nella pagina di apertura del capitolo si fa riferimento alle formule della *inventio* e *dispositio* della retorica antica, che corrispondono, in chiave moderna, la prima alla raccolta e alla selezione delle informazioni, la seconda alla loro successiva gerarchizzazione.

Si sottolinea, per ribadire l'importanza di questi passi preliminari, come il fallimento di molti testi sia dovuto ad una errata selezione o gerarchizzazione delle informazioni.

---

<sup>91</sup> L'ancora, oltre al fatto che collega ad una pagina scaduta (segno che anche un ipertesto progettato per non essere aggiornato necessita di una periodica revisione), sembra indirizzarsi erroneamente all'home page di Radiopopolare.it, mentre in realtà manda ad una pagina interna.

Alla prima fase della gestione delle informazioni è dedicata la successiva lezione, "La raccolta delle idee". Il concetto espresso è che è preferibile soffermarsi prima su questa fase piuttosto che dover riconsiderare un testo già iniziato, o quasi concluso, sulla base di nuove idee o di nuove informazioni.

Si spiega inoltre come molte conoscenze possano essere già in nostro possesso ma non essere attive; quindi, si sottolinea in grassetto, "**non basta possedere le conoscenze; bisogna attivarle**".

La successiva lezione, "Il *brainstorming* e la scaletta" si occupa di come attivare queste conoscenze: viene illustrata una particolare metodologia che consiste nel fissare un dato argomento al centro del foglio e nello scrivere, intorno ad esso, tutte le idee che possono venire alla mente.

Si fa giustamente notare che:

- scrivere le idee su carta aiuta ad attivare ulteriori conoscenze;
- ogni idea, per quanto possa sembrare inutile o inappropriata, non deve essere scartata in quanto potrebbe produrne di nuove o assumere significati nuovi se messa in relazione con altre idee non ancora attivate.

La pagina "La selezione delle informazioni" introduce la seconda fase del processo: tutte le idee raccolte devono venir selezionate sulla base dello spazio e del tempo a disposizione e del destinatario del testo.

Su queste considerazioni si focalizza la lezione successiva "I vincoli" che inquadrando l'argomento in una giusta prospettiva afferma:

"Nessun testo è perfetto e tutto è migliorabile. Ma questo non deve diventare un alibi per la paralisi o per il mancato rispetto dei vincoli".

“Un testo non è buono o cattivo in assoluto, ma in rapporto alla sua destinazione concreta”.

Si conclude inoltre in grassetto:

**“La riflessione sul destinatario è forse l’aspetto più difficile della scrittura professionale**, perché impone di staccarsi dalla nostra percezione e di entrare in quella di colui che è destinato a leggere il nostro testo. Ed è noto che nulla è più difficile che staccarsi dal proprio io”.

L’enfasi che viene posta su queste riflessioni richiama le precedenti considerazioni<sup>92</sup> sull’accresciuta consapevolezza della centralità del destinatario della comunicazione; tuttavia le valutazioni sulla difficoltà di questo nuovo approccio appartengono forse più al campo dell’opinione che della formazione.

In “I meccanismi del lettore” si prosegue con la riflessione sul destinatario. Oltre ai meccanismi psicologici determinati da pregiudizi o da situazioni comunicative specifiche, bisogna considerare che il lettore, nell’affrontare un testo, non sa nulla del messaggio che l’autore vuole trasmettergli, tuttavia interpreta fin dall’inizio il testo nel suo significato globale, salvo poi riconsiderarlo sulla base dell’acquisizione di nuove informazioni.

Con un efficace esempio viene illustrato questo processo: viene presentato un breve articolo che, facendo leva sui meccanismi del lettore, prima costruisce un senso per poi ribaltarlo alla fine dell’articolo, generando un effetto sorpresa sul destinatario.

Il principio che sta alla base della pagina “L’eccesso di informazioni” è che la riflessione sul destinatario implica anche quella sulla quantità di

---

<sup>92</sup> Vedi § *Connettività, Interattività, Ipertestualità*.

informazioni che si presume egli possa sostenere senza giudicare il testo troppo lungo e quindi rifiutandosi di leggerlo.

In "Selezionare il destinatario" si spiega come la selezione delle informazioni si dovrà basare sulle caratteristiche del destinatario.

Per illustrare il concetto si contrappongono come esempi diverse condizioni di lettura che prevedono un lettore in movimento (è il caso di un cartellone pubblicitario o di un avviso al pubblico) o un lettore predisposto a focalizzare la propria attenzione sul testo (seduto alla scrivania o in biblioteca). Queste diverse condizioni di lettura determineranno le caratteristiche più adatte al testo (elementi tipografici, gerarchizzazione delle informazioni,...).

Si precisa inoltre che l'individuazione del destinatario è utile al destinatario stesso per fargli capire se il testo è in qualche modo di suo interesse o meno (ad esempio, il titolo di un avviso al pubblico dovrebbe indicare chiaramente a chi è destinato).

In "La gerarchia delle informazioni" si illustra come la diversa importanza delle informazioni sia relativa all'obiettivo, al tipo di testo e alla situazione comunicativa.

Si riprende, commentandolo da questo nuovo punto di vista, il testo d'esempio situato in "I meccanismi del lettore". In questo caso il riferimento è indicato chiaramente, ma nella pagina "I meccanismi del lettore" non c'è alcun link alla pagina corrente, anche se il collegamento sarebbe stato appropriato.

In "Rendere la gerarchia" si mostra come dare più importanza ad alcune informazioni rispetto ad altre, attraverso espedienti adatti alle diverse situazioni:

- la grafica, con le dimensioni del foglio, la distribuzione fisica delle diverse parti di testo, l'uso del colore, dei caratteri, dei corpi;
- l'ordine delle informazioni (ci si riferisce come esempio a testi situati in altre pagine ma non se ne indica il collegamento);
- la partizione (volumi, capitoli, paragrafi, capoversi, etc.);
- i titoli, che, guidando l'interpretazione di un testo, impongono al lettore di attribuire significati diversi alle stesse parole.

Segue un esempio di come due titoli diversi orientino il senso complessivo di un medesimo testo.

La seconda influenza che condiziona sia la redazione dei testi sia l'organizzazione delle informazioni viene affrontata in "La gerarchia dei testi burocratici". Quello burocratico è un modello istituzionale, quindi considerato autorevole, a cui siamo sottoposti continuamente, ma che rappresenta quasi sempre un cattivo esempio di gerarchia delle informazioni.

La gerarchia dei testi burocratici mette in primo piano la motivazione, il perché, per proseguire con la disposizione, il che cosa, mentre è più sensato mantenere l'ordine naturale di questi elementi: prima il cosa, poi il perché.

Tra i link a fondo pagina, il collegamento alla lezione "Il burocratese" del quarto capitolo approfondirà l'aspetto linguistico dell'influenza di questo modello.

La pagina successiva "Si mette prima il nome o il cognome?" mostra un esempio di ordine invertito degli elementi che deriva dal modello

burocratico: l'ordine corretto, ad eccezione dei casi in cui si impongono esigenze d'archivio, è infatti nome - cognome.

In "La progettazione" i concetti principali esposti nel corso del capitolo vengono sintetizzati ed elencati in quattro punti che illustrano le diverse fasi preliminari alla redazione di un testo:

- individuare il destinatario e stabilire i vincoli di spazio e di tempo a disposizione;
- raccogliere le informazioni;
- selezionare le informazioni sulla base del destinatario e dello spazio e del tempo a disposizione;
- gerarchizzare le informazioni sulla base della situazione comunicativa.

L'elenco è decisamente illuminante e chiarisce con precisione l'intero processo analizzato nel corso delle pagine precedenti; sarebbe stato forse più appropriato se, nell'architettura dell'ipertesto, questo elenco avesse preceduto l'analisi in dettaglio delle diverse fasi della gestione dell'informazione, magari attribuendo ad ogni membro un link alle pagine di approfondimento.

In "La revisione" si affronta un ennesimo aspetto trascurato (a giudizio degli autori) dalla tradizione didattica italiana; si specifica inoltre che la revisione non va intesa solo come la correzione di eventuali errori di battitura, ma come il controllo dell'argomentazione, della disposizione delle informazioni e dei relativi passaggi testuali in rapporto al destinatario e a quanto sarà in grado di capire sulla base delle sue conoscenze e del suo punto di vista.



A questo proposito si indicano esperimenti che rivelano come ogni autore sopravvaluti la comprensibilità del proprio testo.

*L'approfondimento* ribadisce quanto esposto anche in precedenza: “nulla è più difficile che staccarsi dal proprio *io* per mettersi dal punto di vista del destinatario”.

L'ultima lezione del capitolo, “La documentazione”, raccomanda di non farsi condizionare, nella redazione del proprio elaborato, dal taglio dei testi utilizzati come fonte: i dati contenuti nella documentazione devono essere infatti interpretati in modo da dare alla propria argomentazione una direzione diversa e coerente con i propri obiettivi.

Infine, nelle “Indicazioni per gli insegnanti” sotto la voce “Esercizi”, si sottolinea come l'acquisizione delle competenze relative alla gestione dell'informazione necessiti di una esercitazione mirata. Non basta ricordare periodicamente l'importanza di una progettazione preliminare alla redazione ma bisogna riuscire a sviluppare negli studenti una mentalità comunicativa in grado di affrontare i temi e i problemi relativi alla gestione dell'informazione, che sono propedeutici ad ogni altro aspetto dell'attività comunicativa.

Gli esercizi che seguono nelle pagine successive consistono:

- nell'individuazione delle idee e della loro disposizione attorno ad un tema a scelta dell'insegnante (da svolgersi individualmente o in gruppo, secondo il modello del brainstorming);
- nella selezione delle idee e delle informazioni a partire da un testo scritto o orale (a scelta dell'insegnante);
- nella titolazione di un testo (sempre a scelta dell'insegnante);

- nell'adattamento delle idee e delle informazioni in rapporto a destinatari diversi;
- nel riassunto con cambio di taglio, esercizio che implica i diversi passaggi della selezione delle informazioni di un testo, dell'adattamento di quest'ultime al nuovo scopo e della costruzione di un nuovo testo.

## **La situazione comunicativa**

Il terzo capitolo del corso, il più breve, si occupa del testo in rapporto alla situazione comunicativa concreta.

La pagina di apertura del capitolo specifica che verrà trattata quella fase della costruzione di un testo in cui si esce dalla riflessione sulle singole variabili per farle confluire nell'individuazione della tipologia di testo più adatta alla situazione.

Nell'unità successiva, "Un testo concreto", si chiarisce che sono le aspettative del lettore che determinano la tipologia del testo (lettera, articolo, saggio, avviso, relazione scientifica, perizia,...), orientandone la lettura.

In "Esplicitezza e implicitezza" si dichiara come non sia possibile né essere del tutto espliciti, né essere troppo impliciti: ambedue questi estremi portano infatti al fallimento comunicativo.

Il concetto di implicitezza è collegato a quello spiegato nella lezione successiva, "L'inferenza". Come illustrato dagli esempi, i processi di inferenza sono di solito automatici ma, si aggiunge, vanno portati a livello della consapevolezza nel momento in cui progettiamo un testo per un

destinatario a cui non possiamo chiedere un'inferenza che non può compiere.

L'ultima lezione si intitola "Le regole di cortesia" e considera quelle strategie comunicative, determinate da valori culturali, che vanno incontro alle aspettative del destinatario e a quanto richiesto dalla situazione: l'uso della forma confidenziale o di quella formale, ma anche la selezione delle informazioni più appropriate, l'essere più diretti o più diplomatici, il registro linguistico più adatto.

Nelle "Indicazioni per gli insegnanti" si dichiara che il minor numero delle informazioni contenute in questo capitolo è dovuto al fatto che l'acquisizione del coordinamento delle diverse competenze è da realizzarsi tramite l'esercitazione in situazioni comunicative concrete.

Si dovranno quindi proporre agli studenti tipologie di testi concreti da realizzare, specificandone le caratteristiche.

Seguono solo due esercizi: uno consiste nel riformulare un testo aumentandone il grado di esplicitezza, l'altro nel redigere più testi, con destinatari diversi e per diversi scopi ma tutti relativi ad una medesima situazione (l'organizzazione di una assemblea d'istituto, per la realizzazione della quale è necessario avvertire un certo numero di ospiti ed istituzioni).

## **La lingua**

Secondo la strategia formativa elaborata dagli autori di "Come si scrive", l'analisi della superficie linguistica doveva essere preceduta

dall'acquisizione di quelle conoscenze e competenze che riguardano la scrittura nella sua dimensione testuale e che sono state argomento dei capitoli precedenti.

La pagina di apertura del quarto capitolo ricontestualizza in quest'ottica il percorso finora svolto ed introduce gli argomenti delle pagine successive: le influenze del parlato e del burocratese verranno analizzate più in dettaglio e nel loro tradursi in superficie linguistica; a queste si aggiungerà la riflessione sulle influenze determinate dal linguaggio delle comunicazioni di massa.

All'influenza dell'oralità è dedicata la prima parte del capitolo, introdotta dalla pagina "Il parlato", la quale presenta, con un elenco puntato, gli argomenti delle successive lezioni; ancora una volta si sente la mancanza di una navigazione più chiara: l'elenco non si fa strumento di approfondimento ipertestuale, i reference link sotto la voce "Argomenti correlati" rimandano ad alcune pagine del primo capitolo, quindi l'unico riferimento rimane il menu del frame di sinistra, i cui titoli richiamano i termini dell'elenco, ma questa corrispondenza fatica ad autoesplicarsi.

L'influenza del parlato viene analizzata dal punto di vista sintattico, lessicale e interpuntivo.

Gli aspetti di ordine sintattico sono articolati nelle successive quattro pagine, "La tematizzazione", "L'ordine dei costituenti", "La perifrasi" e "Le reggenze", mentre gli aspetti di ordine lessicale sono concentrati in "Il lessico del parlato".

Molti argomenti, già trattati nel primo capitolo, vengono ripresi, approfonditi ed illustrati con ulteriori esempi. Tuttavia, facendo un'analisi comparata dei contenuti di queste pagine con quelli veicolati nelle lezioni "Superficie linguistica" e "Scansione logica e scansione psicologica", si fatica a capire se ci sia un reale valore informativo aggiunto, se non nella varietà e nella quantità degli esempi. I principi esposti infatti sono gli stessi: la sovrapposizione di progettazione ed esecuzione (qui formulata come "fretta" e "coinvolgimento emotivo") e l'uso dell'intonazione, tipici del parlato, determinano alcune imprecisioni nel linguaggio orale che non devono tradursi nella scrittura.

Infine l'aspetto interpuntivo viene articolato in due lezioni: in "La punteggiatura" si ribadisce che i segni interpuntivi non hanno la funzione di imitare le caratteristiche espressive dell'oralità (a meno che non venga consapevolmente fatto, come nel caso di alcuni testi letterari) ma hanno la funzione di segmentare e dare senso al discorso, hanno funzione logico-sintattica.

La pagina successiva, "I principali errori di punteggiatura", elenca le imperfezioni più frequenti:

- uso della virgola motivato dall'imitazione delle pause o dell'intonazione e non da una struttura sintattica della frase;
- uso della virgola tra soggetto e verbo;
- uso della virgola (al posto del punto e virgola) prima di una congiunzione coordinante;
- confusione tra relative appositive e limitative (solo le appositive devono venir precedute e seguite dalla virgola);

- l'eccesso di punti esclamativi e puntini di sospensione (usati come sostituto di alcune caratteristiche orali);
- l'eccesso di virgolette (che servono, a rigore, per indicare il discorso diretto o le citazioni).

La pagina successiva, "Il burocrate", introduce la discussione sull'influenza del modello burocratico che proseguirà nelle seguenti lezioni.

I difetti del linguaggio burocratico vengono analizzati sia sul piano testuale che su quello linguistico.

Sul piano testuale i difetti consistono nell'anticipare le informazioni secondarie e ritardare quelle principali e nel perdere la funzione comunicativa del testo e cadere nell'autoreferenzialità. Queste modalità sono accompagnate dal frequente uso di rinvii anaforici ("suddetto", "succitato", "su riferito", "su menzionato", "in oggetto",...) e dall'utilizzo di forme eufemistiche che invitano i destinatari a compiere un'azione che in realtà è obbligatoria.

Sul piano linguistico si indica inoltre:

- la sintassi troppo complessa;
- l'uso non funzionale della struttura a lista;
- la preferenza per le parole lunghe e le perifrasi;
- l'uso eccessivo della nominalizzazione e del passivo;
- l'adozione di un lessico arcaico e difficile.

Le pagine successive approfondiscono i vari punti di questo elenco, ma, ancora una volta, il rapporto tra punti dell'elenco e pagine ipertestuali non è né autoevidente, come direbbe Steve Krug, né autoesplicativo.

In “La sintassi complessa e parole lunghe e difficili” si illustra, con un testo di esempio analizzato in dettaglio, come il linguaggio burocratico interferisca con la corretta comprensione del messaggio a causa dei periodi troppo lunghi (che sono difficili da seguire e da memorizzare) e delle forme implicite (che sono meno informative in quanto non indicano la persona e il tempo).

In “La struttura a lista” si chiarisce quali devono essere le caratteristiche di una lista affinché sia funzionale alla comunicazione:

- la lista non deve essere composta da un solo membro né da un numero eccessivo di membri;
- tutti i membri devono essere collegati con la reggente in modo da essere ognuno la coerente continuazione della reggente;
- l'interpunzione deve assicurare contemporaneamente la continuità della lista e l'autonomia di ogni membro con i due punti dopo la reggente, il punto e virgola alla fine di ogni membro, a parte l'ultimo che chiude con il punto.

In “La nominalizzazione e il passivo” si riflette su ulteriori caratteristiche del linguaggio burocratico: si fa notare che sia la nominalizzazione che il passivo possono essere molto utili in certi casi ma, se non motivati, appesantiscono inutilmente la frase.

Il solo spazio di una schermata è dedicato al “Lessico difficile” del linguaggio burocratico. Si afferma giustamente che parole tecniche, difficili e arcaiche non rendono il testo né più comprensibile né più elegante.

La pagina successiva “Il linguaggio giornalistico” presenta un ulteriore modello che condiziona spesso negativamente la scrittura. Tra i moduli linguistici considerati non adatti a un testo professionale si individuano:

- la frase nominale;
- gli stereotipi;
- i plastismi;
- il linguaggio figurato;
- molte caratteristiche del parlato.

L'ultima lezione del capitolo prende infine in considerazione "La pressione dell'inglese" e precisa che, quando l'italiano possiede termini equivalenti, non ha alcun senso "indulgere alla moda dell'anglicismo" nell'errata convinzione che l'inglese fornisca al testo un prestigio maggiore.

Nelle "Indicazioni per gli insegnanti" si sottolinea l'importanza degli esercizi di riformulazione testuale e linguistica di testi parlati e burocratici, esercizi che portano alla consapevolezza dello studente le matrici dei propri errori e che permettono di affrontare il tema del registro più o meno adeguato ai diversi tipi di testo e di situazione comunicativa.

Seguono quindi, nelle pagine successive, esercizi ed esempi di riformulazioni sia a livello testuale sia a livello sintattico-lessicale, con l'invito agli insegnanti a proporre in classe testi burocratici da riformulare secondo alcune linee guida individuate.

## **Il saggio breve**

Il corso si conclude affrontando, come punto d'arrivo dell'intero processo didattico, il tema dell'argomentazione. Nello specifico si rifletterà, in linea con la recente riforma dell'Esame di Stato, sulla redazione di un saggio breve, nel rispetto dei vincoli di spazio e tempo che la situazione comunicativa richiede.



La pagina di apertura dell'ultimo capitolo fa emergere alcuni "elementi di vaghezza" della riforma che si cercherà di chiarire nelle pagine successive (con una retorica della partenza che, per ogni approfondimento ipertestuale, si affida, anche in questo caso, al menu del frame di sinistra).

In "Testo argomentativo o solo informativo-espositivo?" ci si chiede come debba venir intesa la tipologia del saggio breve introdotta dalla riforma (ma in realtà la pagina è poco autonoma e deve essere ricondotta all'introduzione del capitolo per capire di cosa si stia parlando).

Si fa notare che, se ci si limita alla redazione di un testo solo informativo, sulla base di un dossier di documenti fornito, si rischia di ridurre l'operazione ad un lavoro di taglia e incolla, senza stimolare né lo spirito critico né la capacità di governare l'operazione comunicativa nella sua complessità.

Per un vantaggio educativo reale sarebbe invece necessario un lavoro finalizzato all'argomentazione ("la grande assente nella cultura comunicativa italiana", si sottolinea per inciso).

In "Che cosa si intende per argomentazione" si precisa come l'argomentazione formi l'intelaiatura di un testo, dandogli coerenza e permettendogli di seguire un fine sulla base di strumenti logici, capaci di persuadere per le loro virtù generalizzanti e astratte.

Una volta individuato il percorso che va dall'enunciazione della tesi alla sua dimostrazione avrà senso rafforzare gli argomenti con una esemplificazione e una documentazione adatte e congruenti con la visione del mondo del destinatario.

In "La documentazione e l'esemplificazione" si discute sull'uso di questi strumenti al fine di rafforzare l'argomentazione.

La documentazione può essere in sé infatti neutra, ma è comunque interpretabile coerentemente con il fine che si propone il testo.

L'esemplificazione invece ha la funzione di attivare "i sensi del destinatario" mostrandogli un caso concreto di quanto esposto con l'argomentazione e rendendogli più comprensibile la definizione teorica o la tesi proposta.

Con la pagina successiva, "Il titolo", si risponde ad un altro "elemento di vaghezza" della riforma, individuato nella pagina di apertura del capitolo: il titolo può essere redatto liberamente o deve seguire un criterio preciso?

La corretta formulazione del titolo di un testo argomentativo, si spiega, dovrebbe contenere al suo interno un argomento e una tesi.

Nella pagina "Il destinatario" vengono approfonditi alcuni argomenti già esposti in precedenza; viene infatti precisato che la riflessione sul destinatario, che è alla base di qualsiasi attività comunicativa, determina la scelta del registro e delle argomentazioni più adatte, le quali devono far leva su valori e convinzioni che formano la sua visione del mondo. Gli esempi sono chiari e incisivi:

"La scelta delle argomentazioni deve perciò essere collegata al destinatario. Non si useranno argomenti tratti dalla tradizione cristiana per convincere un pubblico di musulmani che si deve abolire la pena di morte. Così come non si useranno argomenti tratti dalla dottrina liberista per convincere un pubblico di sindacalisti a non scioperare".

In "Come scegliere la documentazione" si evidenzia in grassetto "**la documentazione non deve prefigurare l'argomentazione**"; ovvero ci

deve essere una certa distanza tra il testo e la sua documentazione: è meglio scegliere testi con obiettivi diversi da quello argomentativo, i cui dati possano venir interpretati e rilette per sostenere la propria tesi.

La pagina successiva presenta "Un esempio di cattiva traccia" in cui non vengono chiariti gli scopi, il destinatario, il senso del titolo, il criterio con cui è stata scelta la documentazione. Si vuole affermare invece che una relazione è sempre fatta per uno scopo e per un destinatario precisi, che ha una chiave interpretativa e una tesi da sostenere in cui l'individuazione e la discussione delle fonti è determinante.

La pagina "I vincoli dell'esame di stato" elenca:

- il tempo a disposizione;
- lo spazio minimo e massimo;
- l'elaborazione di un titolo;
- la definizione del destinatario;
- la strutturazione gerarchica;
- l'uso della documentazione.

Questi ed altri vincoli che possono venire introdotti, si spiega, fanno del testo un'operazione comunicativa compiuta ed educano alla scrittura come attività professionale.

In "La gestione delle informazioni" si ritorna sull'importanza di una organizzazione gerarchica preliminare alla stesura di un testo. Viene suggerita una scaletta di tipo classico: introduzione, numero variabile di unità argomentative e conclusione.

L'introduzione ha il compito di formulare e precisare la tesi già espressa nel titolo e di fornire al lettore l'intelaiatura del testo presentando le argomentazioni fondamentali nell'ordine in cui appaiono nello svolgimento.

Le unità argomentative andrebbero ordinate in modo da aumentarne la capacità persuasiva: l'argomento più forte va quindi alla fine.

In questo modo la conclusione potrà ribadire la tesi con una rinnovata forza acquisita dallo svolgersi dell'argomentazione ed arricchita dalla documentazione e dall'esemplificazione.

La pagina successiva, "La progettazione", ribadisce l'importanza delle considerazioni preliminari sui vincoli spazio, tempo e destinatario: su queste riflessioni vanno scelte le argomentazioni ed eventuali documentazioni ed esemplificazioni.

In "La lingua del saggio breve" si precisa che la scrittura del testo argomentativo dovrebbe avere caratteristiche affini al linguaggio accademico:

- poca emergenza dell'io (quindi sono da evitare le forme in prima persona che fanno emergere la soggettività dell'autore);
- lessico preciso e non espressivo;
- ordine delle parole naturale e poche tematizzazioni;
- registro sostenuto che mira a far parlare i contenuti e non a convincere con l'uso di figure retoriche o espressioni colorite.

Questo non significa eliminare l'individualità stilistica ma garantire la precisione necessaria alla situazione comunicativa.

In "La valutazione" si riflette sul fatto che spesso vengono a mancare parametri di riferimento semplici e chiari. Viene quindi presentata una griglia che, senza la pretesa di prescindere da circostanze e situazioni necessariamente variabili, possa funzionare da bussola per la scrittura e

TESTO		
ADEGUATEZZA PRAGMATICA	SELEZIONE DEL CONTENUTO	GERARCHIA DEL TESTO
rispetto delle consegne	capacità argomentativa	gerarchia informativa
consapevolezza della situazione comunicativa	uso della documentazione e dell'esemplificazione	uso dei connettivi

LINGUA	
STILE	CORRETTEZZA GRAMMATICALE
adeguatezza del registro	coesione testuale e sintassi
proprietà e varietà del lessico	interpunzione
	grafia

guida per la valutazione; in questa si distingue un aspetto testuale e un aspetto linguistico:

Il primo aspetto viene approfondito nella pagina "La valutazione del testo", il secondo in "La valutazione linguistica".

L'adeguatezza pragmatica, come si può vedere dalla griglia, concerne sia il rispetto dei vincoli di spazio e tempo, sia la consapevolezza della situazione comunicativa, ovvero un insieme di riflessioni che riguardano la coerenza e l'appropriatezza complessiva del testo in rapporto alla sua destinazione.

In una seconda fase si passa alla valutazione dei contenuti, assicurandosi che le argomentazioni siano credibili e che siano corredate da un uso pertinente e strategico di documentazione ed esemplificazione.

Si valuta in seguito se la partizione del testo è chiara, equilibrata e proporzionata nelle sue parti (introduzione, unità argomentative, conclusione) e risponde ad una logica coerente e punteggiata da connettivi che segnalino le svolte del ragionamento sia in senso gerarchico (demarcando i confini da un'unità all'altra), sia in senso concettuale (indicando i passaggi logici, causali, cronologici,...).

Valutata la competenza testuale si passa a quella linguistica, che comprende l'appropriatezza e la pertinenza stilistica e la correttezza grammaticale. In particolare, si sottolinea, ci si dovrà assicurare soprattutto che il registro sia adatto all'operazione richiesta e che la punteggiatura sia utilizzata correttamente.

Infine, in "Quale peso dare agli elementi della griglia", si fa osservare come la scuola italiana si sia concentrata quasi esclusivamente sugli aspetti linguistici senza considerare, a differenza di altre culture, i non meno importanti aspetti testuali.

La griglia è molto valida ed esaurisce un argomento complesso come la scrittura argomentativa suddividendolo in diversi aspetti di eguale importanza: sarebbe un'ottima base per la costruzione di una struttura ipertestuale.

Nelle "Indicazioni per gli insegnanti" si discute sugli elementi introdotti dalla riforma, elementi che stimolano una scrittura motivata e basata sull'argomentazione. Gli insegnanti devono sensibilizzare gli studenti sull'importanza dell'attività argomentativa e comunicativa nelle loro varie componenti, facendo loro acquisire quegli strumenti che li rendano

responsabili e consapevoli della propria comunicazione ed emancipandoli da una falsa idea di libertà e creatività che spesso conduce solo alla superficialità e alla mancanza di contenuti.

Gli esercizi che seguono consistono:

- nel comporre brevi testi argomentativi, senza documentazione ed esemplificazione e variando il destinatario;
- nel titolare una traccia incrociando un argomento e una tesi;
- nel redigere testi con un numero variabile di vincoli e con vincoli differenti (a seconda del destinatario, con una quantità massima di parole, con limite di tempo, con l'obbligo di inserire delle esemplificazioni, con un numero prestabilito di argomentazioni,...)

## ***Conclusion***

Una prima considerazione riguarda innanzitutto la complessità di una adeguata architettura ipertestuale: gli autori, certamente preparati sull'argomento e professionisti della qualità della comunicazione scritta, si sono trovati ad affrontare la stesura di un testo per un medium con potenzialità e caratteristiche peculiari ma, a quanto pare, difficilmente individuabili.

Come afferma la Carrada "Internet ogni tanto ci trae in inganno: a volte assomiglia a un libro, altre a un manifesto, altre a un'enciclopedia, altre ancora a un vero e proprio spot"<sup>93</sup>.

Il rischio è sempre quello, delineato da gran parte degli studiosi che si sono occupati di usabilità e scrittura on line, di mutuare forme e stili che appartengono ad altri media ma che sul web non funzionano.

---

<sup>93</sup> Carrada Luisa, *op. cit.*, p. 8.

Le peculiarità del nuovo linguaggio sembrano invece più difficili da elaborare, non solo per le caratteristiche innovative e rivoluzionarie del mezzo, ma perché sembrano presupporre un nuovo modo di pensare<sup>94</sup>: la stesura multilineare di un ipertesto necessita di una visione che tenga conto della virtualità di ogni pagina ipertestuale in rapporto con la sua struttura complessiva e della virtualità di ogni percorso possibile.

La progettazione di un ipertesto o di un ipermedia si delinea quindi come più complessa di quanto potrebbe apparire: oltre alle diverse professionalità coinvolte, da quelle relative alla grafica a quelle informatiche, il lavoro più impegnativo, dal punto di vista teorico, sembra essere quello dell'organizzazione dei contenuti, che si deve fondare sulla consapevolezza dell'interattività del medium e che investe le questioni della navigazione e quindi della fruizione dei contenuti da parte dell'utente.

La difficoltà di quest'ultimo passaggio sembra essere determinata dalla mancanza di una riflessione sulle strutture connettive che, legando i concetti tra loro, formano una conoscenza complessa, la quale deve essere rappresentata con chiarezza e precisione nell'organizzazione ipertestuale. Sembra quindi che per progettare l'organizzazione dei contenuti di un ipertesto non basti possedere una conoscenza di questi contenuti, ma sia necessario essere consapevoli anche di come questa conoscenza sia organizzata concettualmente nella mente di chi la possiede e di come possa essere trasmessa nella mente di chi la riceve: non basta sapere ma bisogna sapere come si fa a sapere.

Ritorna quindi l'utilità delle riflessioni di Morin: lo sguardo metacognitivo, che prende come oggetto di conoscenza la stessa

---

<sup>94</sup> Luca Toschi, *op. cit.*, pp. LVII-LIX.



conoscenza, e la necessità di un pensiero complesso, che sappia governare sia i processi di riduzione, di semplificazione, sia i processi di associazione ed articolazione. Nella progettazione di un ipertesto, i primi si applicheranno al singolo nodo, alla singola pagina web (che si strutturerà intorno ad un unico nucleo concettuale forte), i secondi ai legami tra i nodi, ai link, all'architettura ipertestuale nel suo complesso.

Un'altra considerazione riguarda invece l'individuazione di quegli indizi che segnalano una possibile evoluzione nella cultura comunicativa: il percorso definito dagli autori, come si è visto, parte dalla distinzione dei meccanismi specifici dei canali scritto e orale dell'italiano. L'impostazione richiama inevitabilmente le precedenti considerazioni sulle differenze tra cultura orale e scritta e tra oralità primaria e secondaria. In linea con il paradigma proposto da Morin, fondato su un pensiero che non separa e riduce ma distingue e collega, ritengo significativo sostenere l'importanza, in accordo con gli autori del corso, di un percorso di individuazione dei meccanismi specifici della scrittura e dell'oralità<sup>95</sup>, al fine di integrarli all'interno di una competenza comunicativa generale in grado di padroneggiare efficacemente le diverse competenze comunicative specifiche<sup>96</sup>.

L'enfasi sull'importanza della gestione dell'informazione richiama inoltre diverse precedenti riflessioni: se non può forse essere definita come

---

<sup>95</sup> Ong scrive in proposito: «una migliore comprensione della psicodinamica dell'oralità in rapporto alla scrittura fa progredire l'insegnamento della tecnica della scrittura stessa»; Walter J. Ong, *op. cit.*, p. 223.

<sup>96</sup> «Contrariamente all'opinione diffusa, lo sviluppo delle attitudini generali della mente permette un migliore sviluppo delle competenze particolari e specializzate»; Edgar Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, cit., pp. 38-39.

la *rimediazione*<sup>97</sup> di una pratica implicita nella progettazione ipertestuale, risponde senza dubbio all'esigenza contemporanea di una comunicazione strutturata, ordinata, macrotestualmente comprensibile ed efficace, in grado di trasmettere all'utente, o al lettore, la facoltà di muoversi e di orientarsi nell'illimitatezza delle informazioni e di gestire la dispersiva abbondanza dei messaggi che intasano la semiosfera<sup>98</sup>; ma anche sicuramente servizio dedicato ad un destinatario che vuole comprendere, non senza fatica, ma neanche con fatiche inutili ed evitabili (quelle causate da una cattiva organizzazione delle informazioni, che costringono il lettore ad uno sforzo di ristrutturazione, riorganizzazione e rielaborazione dei dati per integrarli in un tutto coerente, coeso ed efficiente).

L'ipertestualità può senz'altro aver giocato e giocare un ruolo di primo piano sia nel rafforzare la consapevolezza dell'importanza della gestione dell'informazione, sia nello svilupparne le relative competenze. Nella pratica della progettazione di un ipertesto vengono infatti comprese le diverse fasi della gestione dell'informazione:

- la raccolta di informazioni pertinenti;
- la selezione delle informazioni e il loro adattamento sul destinatario;
- la loro organizzazione in livelli e la loro disposizione nei singoli nodi dell'insieme;

a cui va aggiunta l'instaurazione di collegamenti ipertestuali pertinenti ed opportuni.

Notevole infine il rilievo dato alla centralità del destinatario, sulle cui caratteristiche va adattato ogni messaggio, e che richiama la

---

<sup>97</sup> Vedi Bolter al § *Dalla cultura di massa alla cultura multimediale*, p. 28.

<sup>98</sup> Vedi Volli al § *Una scrittura di ritorno?*, p. 31.

ristrutturazione generale del concetto di comunicazione di cui ho parlato nel primo capitolo. Utili a questo proposito gli esempi di ciò che non è una buona comunicazione (il burocratese), esempi di un'epoca (si spera superata) a cui mancava evidentemente il rispetto e la considerazione dell'interlocutore da parte di una fonte il cui obiettivo non era comunicare informazione, ma conservare il proprio ruolo privilegiato ed il rapporto di riverenza dell'uditorio nei propri confronti.

# Guida Web Writing

<http://www.html.it/webwriting/>

La *Guida Web Writing*, redatta da Andrea Spila, si trova sul portale Html.it. Cliccando sull'ancora "Guide di base" della home page del portale, si accede ad una lista di ipertesti dedicati all'autoapprendimento dei diversi aspetti legati alla pubblicazione di siti web, dai vari linguaggi di programmazione al web design, passando anche per argomenti come l'accessibilità e l'usabilità. Il titolo del terzo membro della lista collega alla "Guida al Web Writing".

Sotto al titolo un breve testo ne promuove efficacemente il contenuto e promette di saper rispondere alle esigenze formative dell'utente:

## **Guida al Web Writing**

Il Web è soprattutto testo. Saper scrivere per il Web e saper preparare i contenuti per la loro pubblicazione online è una delle armi più utili al Webmaster per attirare utenti e per comunicare con efficacia. La guida di Andrea Spila vi insegnerà a preparare i vostri testi per renderli fruibili online.

La guida inoltre è ben indicizzata sui motori di ricerca<sup>99</sup> e può godere di diversi ed autorevoli collegamenti in entrata.

<http://www.mestierediscrivere.com/testi/links.htm>

sul già citato sito curato dalla Carrada, nella pagina dei link dedicati alle risorse sulla scrittura on line, la guida viene così titolata e commentata:

---

<sup>99</sup> Digitando ad esempio "webwriting" su google, il primo risultato che compare è proprio il link alla pagina iniziale della Guida Web Writing.

## Scrivere per il web<sup>100</sup>

Ottima e molto ben strutturata la breve guida in italiano alla scrittura online di HTML.IT, redatta da Andrea Spila.

Altre segnalazioni in rete si possono trovare in :

<http://www.pietroizzo.com/design/content.html>

Non è niente male questa guida mantenuta da Andrea Spila sul portale HTML.it: sintetica e ben strutturata.

<http://www.caffeeuropa.it/attualita03/159scrivere-serena.html>

All'interno di [HTML.IT](http://www.html.it) troverete una breve guida alla scrittura online redatta da Andrea Spila. La premessa è davvero attraente: Scrivere per il Web, sono diversi i testi.

[http://www.scrivereperleimprese.it/all\\_indice.htm](http://www.scrivereperleimprese.it/all_indice.htm)

Dei contenuti del sito HTML.it dice tutto il titolo. Vi si può trovare anche una guida al web writing, pregevole per chiarezza ed efficacia, ideata da Andrea Spila per evidenziare le novità che contraddistinguono il lavoro di creazione di contenuti testuali per i siti Internet.

## *Il portale Html.it*

Html.it è un portale verticale (un 'vortale') specializzato nel proporre risorse e servizi formativi dedicati ai vari aspetti della pubblicazione di siti web ed è senza dubbio un ottimo modello di accessibilità e usabilità. Certamente il portale funziona anche

come esca e vetrina per promuovere i corsi di formazione a pagamento, sia in aula che on line, organizzati da

<sup>100</sup> Tuttavia il link manda già all'introduzione del corso, saltando quindi la prima pagina di presentazione delle diverse lezioni; è da notare inoltre, come verrà approfondito in seguito, la confusione sulla definizione del titolo della guida.

Html.it. Sulla Home page infatti le nutrite liste dei corsi a pagamento compaiono al centro della schermata; solo scrollando la pagina, sotto la voce "Risorse per webmaster", si potranno individuare le "guide" gratuite.

L'impostazione grafica della home page presenta elementi che, rimanendo invariati durante la navigazione all'interno di numerose sezioni, rendono omogeneo l'intero ambiente ipertestuale. La *Guida Web Writing*, così come le altre guide, si configura quindi come un ipertesto ben inserito nel contesto e facente parte di un insieme più grande, coerente e coeso.

La tonalità dominante è il blu, colore che probabilmente caratterizza la comunicazione informatica in generale. Lo stesso titolo "Html.it" si presenta con una connotazione fortemente informatica: com'è noto infatti l'Html è il linguaggio di programmazione sviluppato da Tim Berners Lee per la lettura dei file in Internet.

L'architettura si basa su una struttura tabellare costituita da diversi box che dividono la schermata in porzioni di spazio ognuna qualificata a svolgere una specifica funzione. La prima cella in alto occupa l'intera larghezza della pagina ad una risoluzione 800x600 e contiene a sinistra il logo con il titolo "Html.it", lasciando il rimanente spazio per un banner dedicato a promuovere contenuti a rotazione. Immediatamente sotto si situa una barra di navigazione con due liste orizzontali di link che collegano alle diverse sezioni del portale. Cliccando su questi link ci si collega a sezioni che differiscono graficamente dalla home page: rimangono solo il logo ed alcuni motivi plastici a comunicare la parentela con l'ambiente di provenienza; tuttavia, cambiando anche il titolo della pagina in alto a

sinistra, non più "Html.it" ma, di volta in volta, "Corsi", "Download", eccetera, viene a mancare il bottone di ritorno all'home page Html.it.

Questo non avviene invece accedendo alle sezioni sotto la voce "Risorse per webmaster" promosse sulla home page.

Numerosi altri banner e link di carattere commerciale sono presenti nelle due colonne con sfondo blu ai lati della pagina. Lo spazio racchiuso tra queste due colonne contiene invece i link ai contenuti interni del portale. Questo spazio, che sarà dedicato nelle pagine intermedie e di destinazione ai sommari, agli indici dei contenuti e ai testi, si differenzia dalla cornice per il contrasto testo-sfondo di tipo positivo: il carattere blu o nero, facilmente leggibile sullo sfondo bianco, verrà quindi usato per una lettura più approfondita. A racchiudere la cornice, in basso, una riga con sfondo nero e carattere bianco con la nota di Copyright.

Le pagine successive manterranno la cornice formata dal box in alto con logo, titolo, banner e barra di navigazione, dalle due colonne ai lati e dalla nota di Copyright in basso.

Lo spazio dedicato allo strumento "Ricerca", appena sotto la barra di navigazione, verrà sostituito dal titolo della pagina in cui ci si trova.

Cliccando quindi sulla categoria "Guide di base" della home page ci si troverà in una pagina con una lista di ipertesti formativi.

Ogni membro della lista conterrà:

- titolo della guida, che si configura anche come link;



- breve testo deputato a presentare i contenuti della guida;
- percorso consigliato e grado di difficoltà (nel caso della *Guida Web Writing* si specifica che l'ipertesto ha un grado di difficoltà minimo ed è destinato ad un utente principiante).

## *Pagina iniziale*

La pagina iniziale della guida, analogamente a tutte le altre guide presenti sul portale, riporta l'abstract che si trova sotto il titolo della guida nella sezione precedente e presenta la serie delle lezioni numerate in cui si articola: in questo caso, sette, ma vi sono altre guide che comprendono un numero decisamente superiore di lezioni (la *Guida Web Design*, ad esempio può gloriarsi di 64 lezioni).

Il primo link che compare è definito dall'ancora "Approfondimenti sul web writing" e collega ad una pagina interna di un'altra sezione del portale, Pro.html.it, che contiene diversi articoli ed interviste distribuite in tre pagine; tale ancora, precedendo l'elenco puntato delle lezioni, si configura forse come un

elemento centrifugo, tendente a disperdere la navigazione al di fuori del corso vero e proprio.

Subito sotto, le sette lezioni vengono articolate in tre parti, distinte ognuna da un titolo e da una linea che suddividono lo spazio logico dell'organizzazione dei contenuti.

Abbiamo quindi una "Introduzione", con un unico link alla prima lezione della guida "Introduzione al web writing", un "Perché la scrittura



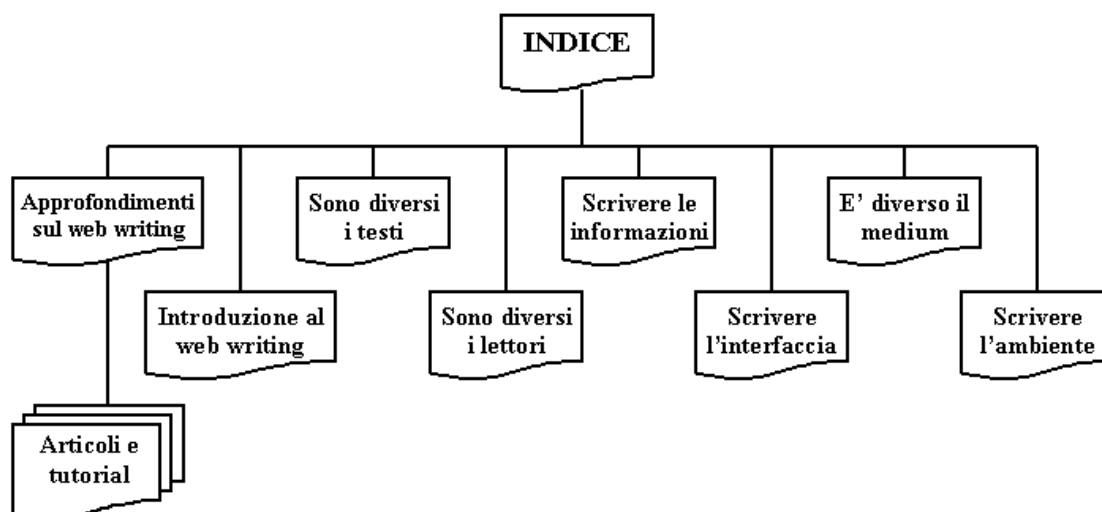


on line è diversa”, con le seguenti tre lezioni, “Sono diversi i testi”, ”Sono diversi i lettori” e “E’ diverso il medium”, ed infine sotto la voce “Questioni di stile” i link alle ultime tre lezioni della guida, “Scrivere le informazioni”, “Scrivere l’interfaccia” e “Scrivere l’ambiente”.

I link si distinguono chiaramente dagli altri elementi in quanto colorati in blu mentre i titoli delle parti sono colorati in viola scuro. Sotto ogni ancora viene riportato, in carattere piccolo, anche il sottotitolo della lezione: una breve serie di parole chiave che specificano gli argomenti di ogni lezione. Tale accorgimento aiuta a qualificare ulteriormente il titolo appena sovrastante come link, in quanto ricorda la tipica configurazione delle categorie cliccabili dei portali.

## *Struttura*

La struttura è quindi molto semplice: dalla pagina iniziale o sommario partono otto link.



Non vi sono ulteriori livelli di profondità ad eccezione del link "Approfondimenti sul web writing" che collega ad una lista (distribuita in tre pagine) che contiene i link a dodici articoli e tutorial.

La carenza di complessità nell'organizzazione ipertestuale è tuttavia compensata dalla lunghezza delle singole pagine, organizzate con una scansione interna che si articola in diversi paragrafi titolati, i quali riportano spesso link che collegano alle altre pagine dell'ipertesto o ad altri documenti in rete. Sono presenti quindi numerosi link in uscita.

## *Introduzione*

La breve pagina "Introduzione al Web Writing" occupa uno spazio paragonabile a quello di un foglio A4. Il testo arriva subito al sodo:

“Questa breve guida è stata ideata per avvicinare i professionisti della scrittura ad alcune novità che contraddistinguono il lavoro della **creazione di contenuti testuali per il nuovo medium online.**”

Sinteticamente e chiaramente viene quindi individuato e promosso il valore della guida che consiste nell'informare e nel formare i “professionisti della scrittura” (e quindi, sottinteso, anche chiunque desideri essere tale) sulle caratteristiche della scrittura on line.

Il successivo capoverso infatti chiarisce che la guida è indirizzata (in grassetto) a “**traduttori, giornalisti, copywriter, business e technical writer**” che desiderino affrontare la comunicazione on line, ma anche a chi è interessato a redigere il proprio sito personale o aziendale.

Si prosegue con la presentazione delle lezioni organizzate in due parti: la prima, “Perché la scrittura online è diversa?”, è dedicata alle caratteristiche specifiche del medium, sulle quali si modellano le peculiarità della scrittura on line, peculiarità che verranno discusse nella seconda parte, intitolata “Questioni di stile”. Alla presentazione di ogni parte vengono affiancati i relativi link alle lezioni.

Si afferma che ognuna di queste parti, così come ogni lezione, è autonoma, permettendo quindi al lettore la costruzione di un proprio percorso di lettura.

Con un appello diretto ai lettori si conclude:

Sta a voi decidere se avventurarvi in questa navigazione ipertestuale libera attraverso "**Scrivere per il Web**" oppure se leggere la guida in modo tradizionale, dall'inizio alla fine, come un normale testo lineare.

Augurio di buona lettura e nome dell'autore

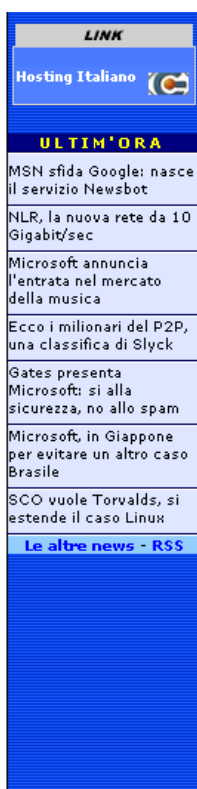
Due link, in azzurro, centrati a fondo pagina collegano alla lezione successiva e al sommario (pagina iniziale).

## *Progettazione delle pagine*

Le pagine della Guida, come già accennato, condividono con il resto dell'ambiente il layout del portale, costituito dal box in alto con logo, titolo del sito a sinistra e banner a destra, dalla sottile barra di navigazione, dalle due colonne laterali occupate da banner e news, dalla nota di Copyright in basso.

All'interno di questo layout un box in alto sarà deputato a contenere il titolo della pagina, mentre a fondo pagina un banner promuove le attività di formazione a distanza organizzate dal portale (il link collega ad una sezione del portale, <http://e-learning.html.it/>, da cui sarà poi proibitivo tornare all'ambiente di partenza dove sono disponibili le risorse gratuite).

Al di là di questi elementi unificanti vi sono alcune caratteristiche che si differenziano nel corso delle diverse pagine. Innanzitutto il sommario riporta una numerazione delle lezioni che non viene rispettata nelle pagine successive, rischiando un temporaneo disorientamento dell'utente. Se infatti nella pagina iniziale le lezioni sono ordinate e organizzate così:



## Introduzione

---

### 1. Introduzione al web writing

Scrivere per il web: introduzione e istruzioni per l'uso della guida.

## Perché la scrittura online è diversa

---

### 2. Sono diversi i testi

Interfacce, interattività, testi lineari e ipertesti

### 3. Sono diversi i lettori

Lettori-utenti, lettura online, usabilità

### 4. È diverso il medium

Pagine web che si fanno trovare e pagine web che ispirano fiducia

## Questioni di stile

---

### 5. Scrivere le informazioni

Formati, formattazione, metatag e microcontenuti

### 6. Scrivere l'interfaccia

Standard e creatività, ipertesti e interfaccia testuale

### 7. Scrivere l'ambiente

Formalità e informalità, nicchie di utenza, l'identità del sito



Nella pagina "Introduzione al web writing" la numerazione non viene più riportata e i link alle lezioni successive si presentano con una formulazione diversa:

- [La diversità dei testi](#)
- [La diversità dei lettori](#)
- [La diversità del medium](#)
  
- [La scrittura delle informazioni](#)
- [La scrittura dell'interfaccia testuale](#)
- [La scrittura dell'ambiente](#)

Infine, all'inizio di ogni pagina del corso, vengono riportati, in un elenco di tre punti i link alle altre lezioni della parte del corso in cui ci si trova.

Quindi se ad esempio si sta navigando nella prima parte si troverà la numerazione:

1. [Sono diversi i testi](#)
2. [Sono diversi i lettori](#)
3. [È diverso il medium](#)

nella seconda invece si troverà:

1. [Scrivere le informazioni](#)
2. [Scrivere l'interfaccia](#)
3. [Scrivere l'ambiente](#)

Prima e seconda parte del corso condividono l'impostazione della titolazione di ogni pagina: in alto a sinistra si legge il titolo "Scrivere per il web"<sup>101</sup>, sottotitolo "Guida alla scrittura on line", e riferimento all'autore "di Andrea Spila". Sulla destra due punti individuano le due diverse parti del corso: "PRIMA PARTE - Perché la scrittura online è diversa?" e "SECONDA PARTE - Questioni di stile". In rosso verrà segnalata la parte in cui si sta navigando, mentre in blu il link alla prima pagina dell'altra parte.

The screenshot shows a navigation menu for a course. At the top, there is a blue header with the text "Sono diversi i testi". Below this, the page title "Scrivere per il Web" and subtitle "Guida alla scrittura online di Andrea Spila" are visible. To the right, two menu items are listed: "PRIMA PARTE - Perché la scrittura online è diversa?" in red text and "SECONDA PARTE - Questioni di stile" in blue text. Below these, a list of three items is shown: "1. Sono diversi i testi" in red, "2. Sono diversi i lettori" in blue, and "3. È diverso il medium" in blue. Further down, the text "1. Sono diversi i testi" is repeated, followed by "Interfacce, interattività, testi lineari e ipertesti". A paragraph of text follows, discussing the differences between writing on stone, parchment, paper, or a screen. At the bottom, there is a yellow box containing the text: "I testi che nascono per la pubblicazione online sono fortemente legati alla velocità della scrittura con il computer, alla facilità con cui è possibile correggere, aggiungere e cancellare parole, frasi, interi periodi."

Una configurazione analoga si presenta subito sotto a sinistra, dove si riporta l'indice delle lezioni della parte in cui ci si trova: il rosso segnalerà la pagina aperta mentre il blu il link alle altre due lezioni.

<sup>101</sup> Non risulta chiaro quindi qual è il titolo del corso: qui "Scrivere per il web", nelle pagine precedenti "Guida al Web Writing" o "Guida Web Writing" nel box e nell'intestazione del sommario.

Al di là di questo, prima e seconda parte si differenziano sotto alcuni aspetti.

Nelle pagine della prima parte, sotto il titolo di ogni paragrafo, viene riportato per intero, all'interno di un box giallo, il capoverso più rappresentativo di ogni singolo paragrafo. Modalità che non viene applicata alle pagine della seconda parte del corso, le quali invece si differenziano da quelle della prima parte per le seguenti caratteristiche:

- nella premessa di ogni lezione un box giallo contiene l'indice con i link ai paragrafi;
- vi sono dei box con sfondo grigio che qualificano il proprio contenuto come esemplificazione di quanto esposto nel testo che precede;
- l'ultimo paragrafo di ogni lezione consiste in un elenco numerato, contenuto in un box giallo, che sintetizza i passi esposti nel corso della lezione.

Queste differenze si possono spiegare nella diversa impostazione data ai contenuti delle due parti del corso; ad una prima parte, più teorica, si affianca l'uso degli estratti riportati sotto il titolo di ogni paragrafo, i quali permettono un primo, rapido e sintetico livello di lettura, mentre ad una seconda parte, dedicata più alle considerazioni pratiche, si affiancano modalità atte a facilitare la consultazione e l'individuazione di informazioni specifiche e relative a determinati argomenti (l'indice dei paragrafi), la comprensione (i box d'esempio), la visione d'insieme (la sintesi finale di ogni lezione) e la memorizzazione (tramite elementi ridondanti e circolari che si ripetono negli indici, nei paragrafi e nelle sintesi finali).

Per quanto riguarda invece la formattazione del testo vengono utilizzati tutti gli strumenti a disposizione della scrittura on line per facilitare la leggibilità:

- la differenza nella grandezza dei caratteri segnala con chiarezza la gerarchia dei titoli;
- capoversi distanziati agevolano e danno il giusto respiro alla lettura;
- l'uso dei rientri chiarisce il grado di profondità delle diverse parti del testo e distingue le citazioni;
- box con colore di sfondo differente qualificano i contenuti come link, indici, riassunti, esempi, approfondimenti, estratti;
- il grassetto individua le parole chiave e il blu i link;
- la scelta del carattere **Verdana** e la grandezza espandibile con l'apposito comando del browser garantiscono la migliore leggibilità a video ed il rispetto di eventuali esigenze dell'utente.

La struttura tabellare inoltre, restringendo con le due colonne ai lati lo spazio riservato al testo, assicura una lunghezza delle righe all'interno di un unico movimento oculare, accorgimento che serve ad aiutare l'utente a non perdere la continuità della lettura tra la fine di una riga e l'inizio di un'altra.

### ***I microcontenuti***

Coerentemente con quanto ci si può aspettare in pagine dedicate alla scrittura on line, inserite in un ambiente che si presenta autorevole e attento all'aspetto più tecnico dell'editoria multimediale, la cura dei microcontenuti si presenta eccellente e consapevole.



## **Titolo del corso**

*Guida Web Writing*, è decisamente un titolo chiaro, rappresentativo dei contenuti e della sua funzione: *Guida* qualifica il contenuto come punto di riferimento, bussola di orientamento, per lo studio; forse si sottintende che non si può (o non si vuole) dare una trattazione completa ed esaustiva della scrittura on line che avrebbe qualificato invece l'ipertesto come *Corso* (per quello ci sono i corsi a pagamento promossi sulla home page), ma si può comunque fornire un corpus di informazioni essenziali ed introduttive strutturate per la consultazione on line. L'obiettivo potrebbe essere anche in questo caso quello di affascinare l'utente affinché aderisca ad una delle iniziative a pagamento promosse sulla home page (senza dimenticare il banner situato in fondo ad ogni pagina che sponsorizza le attività di e-learning organizzate dal portale).

La scelta dei termini inglesi *Web Writing* è probabilmente dettata da ragioni di marketing, al fine di cavalcare l'onda d'entusiasmo ed il fascino che accompagnano ancora le nuove tecnologie e le nuove professioni che su queste si formano. Una scelta più rispettosa della nostra lingua come *Scrittura on line* o *Scrittura multimediale* avrebbe forse connotato il contenuto come il risultato dell'applicazione delle vecchie metodologie di studio alle nuove tecnologie (con tutta la fatica e la mancanza di entusiasmo che potrebbero venire associate all'imparare a scrivere).

## **Nome del dominio**

L'URL, <http://www.html.it/webwriting/>, configura ulteriormente la guida come uno degli strumenti a disposizione del portale. Del resto già si è visto come l'omogeneità dell'impostazione grafica renda l'ipertesto coerente ed

inserito all'interno di una visione più grande, allineandone gli obiettivi a quelli del portale (indirizzare l'utente verso i servizi a pagamento).

## **Titoli e sottotitoli**

Titoli e sottotitoli sono sintetici, chiari e identificano con precisione gli argomenti a cui rimandano. Come si vedrà le critiche che si possono rivolgere all'ipertesto non si basano sulla redazione dei titoli, ma su quella dei testi: sono proprio questi che non sanno mantenere alto il livello comunicativo e che non sanno rispondere alle questioni che i titoli invece delineano con precisione.

## **Link**

Al di là dei link che fanno parte degli strumenti di navigazione del portale l'ipertesto si avvale di diverse tipologie di link:

- i link strutturali del sommario e dell'introduzione che mostrano l'organizzazione della Guida nelle sue sei lezioni, più quelli, centrati, alla fine di ogni lezione che collegano al sommario e alla lezione successiva;
- i link all'interno di un box con lo sfondo giallo che collegano tra loro, per associazione concettuale, le diverse lezioni della Guida (nella prima parte del corso) o che si configurano come link di uscita verso altre sezioni del portale o verso altri siti presenti nella rete (nella seconda parte del corso);
- i link interni al testo, evidenziati dal colore blu del carattere.

Tutti questi link vengono definiti con chiarezza ed indicano senza ambiguità le destinazioni a cui rimandano; alcuni di questi attivano un link title che specifica, se opportuno, la lingua utilizzata nel sito di destinazione o altre informazioni.

## **Metatag**

Gli aspetti invisibili delle pagine web sono stati curati in maniera eccellente; ogni pagina ha un suo nome ed una sua intestazione in cui sono identificati in ordine: il nome della pagina, il nome della Guida e il nome del portale; come si è visto inoltre, la guida è ben indicizzata nei motori di ricerca, risultato probabilmente ottenuto con un buon uso dei metatag.

Ecco le invisibili parole chiave (quelle ricercate dai motori di ricerca) estratte dal codice html di una della pagine:

“writing scrivere scrittura web contenuti usabilità internet media informazioni comunicazioni comunicare ipertesto copy copywriter editing”.

## ***La scrittura***

Superficialmente lo stile della scrittura sembra aderire ai vincoli che rendono efficace la comunicazione on line: senza raggiungere estremi telegrafici la sintassi è semplice, i capoversi sono brevi, ogni frase trasmette un concetto in maniera chiara e, in un certo senso, le parole sono precise e concrete.

Tuttavia, come emergerà più in dettaglio nell'analisi dei contenuti, precisione, chiarezza e concretezza sembrano mancare non tanto alle parole quanto ai contenuti, ai significati, ai concetti (indice del fatto che un buon scrittore non può mai prescindere da una conoscenza, non solo approfondita ma soprattutto lucida, di quanto sta scrivendo).

A questa sensazione si accompagna il sospetto che le parole vengano usate per riempire la pagina e non per veicolare contenuto. Ad esempio il cappello della premessa di alcune lezioni inizia con una o più domande

retoriche la cui funzione dovrebbe essere quella di definire l'oggetto della trattazione; la Carrada, a questo proposito, fa notare che «il Web, con i suoi ritmi veloci, non ama le domande retoriche»<sup>102</sup> e che gli utenti più che le domande stanno cercando le risposte; al di là di questo, si rileva una inutile ridondanza tra l'argomento definito dal titolo e quello definito dal cappello. Ad esempio la seconda lezione, intitolata "Sono diversi i lettori" inizia con la premessa:

“Gli utenti del Web si comportano come dei normali lettori? La risposta è sicuramente negativa. La lettura di una pagina Web è così diversa dalla lettura della pagina di un libro, che riesce persino difficile considerarla una forma di vera e propria lettura.”

Il concetto esposto è chiaro ma sarebbe stato più efficace eliminare completamente il primo capoverso e cominciare immediatamente con il secondo, il quale, riportando i risultati delle ricerche di Nielsen, illustra inequivocabilmente la tesi affermata nel titolo "Sono diversi i lettori" (che, a sua volta, risponde alla questione posta dalla prima parte della suddivisione logico-concettuale della Guida: "Prima parte – Perché la scrittura online è diversa?"):

“Cominciamo con alcuni dati: Nielsen ha scoperto che **il 79% degli utenti del Web non legge**, ma si limita ad effettuare una rapida scansione dei contenuti della pagina; secondo alcune ricerche, la lettura su un monitor richiede mediamente **il 25% di tempo in più rispetto alla lettura sulla carta**”

---

<sup>102</sup> Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 62.

## *Analisi dei contenuti*

### *Prima parte*

## **Sono diversi i testi**

### **Interfacce, interattività, testi lineari e ipertesti**

Il sottotitolo della prima lezione evidenzia le parole chiave che richiamano gli argomenti trattati. Un capoverso, che esprime il concetto che il mezzo ed il supporto utilizzati per scrivere finiscono per influenzare lo stile della scrittura, fa da premessa ai successivi tre paragrafi titolati.

### **Il computer: uno strumento per scrivere**

Come già accennato, sotto il titolo di ogni paragrafo viene riportato per intero un capoverso situato all'interno del testo che svolge la funzione di evidenziare le informazioni più rilevanti contenute nel paragrafo. Il grassetto e lo sfondo giallo suggeriscono il valore informativo superiore di questo capoverso rispetto al testo dell'intero paragrafo:

“I testi che nascono per la pubblicazione online sono fortemente legati alla velocità della scrittura con il computer, alla facilità con cui è possibile correggere, aggiungere e cancellare parole, frasi, interi periodi.”

Il primo paragrafo inizia divagando su una mostra svoltasi a Parigi (con tanto di link in uscita) dedicata alle brutte copie dei più grandi scrittori francesi. La divagazione serve a dimostrare come sarebbe impossibile fare una mostra delle brutte copie degli scrittori che utilizzano oggi il computer poiché nel processo di scrittura al computer la brutta copia finisce inglobata nel testo finale, la correzione diventa parte integrante del processo di scrittura. Si prosegue con un estratto de "Il pendolo di Foucault" di Umberto

Eco per ribadire il concetto che la scrittura è fortemente influenzata dal mezzo utilizzato per scrivere.

Segue lo stesso testo riportato in grassetto sotto il titolo e si conclude affermando che molti scrittori sono concordi nel ritenere che l'utilizzo del computer abbia cambiato anche il loro stile di scrittura.

L'intero paragrafo contiene quindi una divagazione certamente affascinante quanto fuori luogo: soffermandosi sull'influenza del computer sulla produzione di testi non dice ancora nulla sul perché la scrittura on line, affinché sia efficace debba vincolarsi alle modalità di lettura che si adottano durante la navigazione. A rigore i due concetti non sono collegati: le peculiarità della scrittura on line non sono determinate dal fatto che i copywriter scrivono al computer ma dal fatto che i testi devono essere letti "davanti ad uno schermo interattivo"<sup>103</sup>.

L'argomento diventa ancor più rilevante se si considerano le implicazioni 'ideologiche' di fondo: affermare che la scrittura on line è determinata dal mezzo con cui si scrive significa rimanere ancorati ad una visione che conserva la centralità dell'autore rispetto al suo lettore, mentre in realtà tutta la comunicazione multimediale, per essere efficace, deve sapersi orientare su chi fruisce, concentrandosi sul destinatario e configurandosi come un servizio rivolto all'utente.

---

<sup>103</sup> Dalla prima definizione del termine "ipertesto" ad opera di T.H.Nelson: "Con ipertesto intendo scrittura non sequenziale, testo che si dirama e consente al lettore di scegliere; qualcosa che si fruisce al meglio davanti ad uno schermo interattivo"; cit. in Gianfranco Bettetini, *op. cit.*, p. 2.

## Testi lineari e ipertesti

Il secondo paragrafo introduce invece un'informazione necessaria per individuare le differenze tra testi tradizionali e testi on line: la caratteristica dell'ipertestualità che si accompagna a quelle dell'interattività e della molteplicità dei percorsi possibili.

“Se in precedenza lo scrittore di testi lineari tradizionali era responsabile della strutturazione del testo (frasi, paragrafi e poi capitoli, sottocapitoli, ecc.), oggi lo scrittore per il Web deve organizzare il testo in funzione di diversi possibili percorsi di lettura che raramente sono lineari.”

Si comincia portando alla consapevolezza la possibilità del linguaggio Html di collegare tra loro testi e porzioni di testi (oltre che immagini, suoni e filmati) situati su uno stesso sito o sul World Wide Web.

Segue una digressione storica che accenna alla nascita dell'idea di un ipertesto globale (ad opera di Tim Berners Lee nel 1989) e a quella del concetto di ipertesto risalente agli anni 40. La digressione, che sarebbe stata certamente pertinente nell'introduzione di un testo lineare, sembra avere invece, su questa pagina web, solo la funzione di occupare spazio senza fornire al lettore le informazioni che si aspetta di trovare: quali principi stanno alla base delle peculiarità della scrittura on line.

Una parziale risposta viene offerta solo alla fine del paragrafo: una pagina web deve essere autonoma e comprensibile anche al di fuori del proprio contesto di appartenenza poiché l'utente può giungere ad una pagina in diversi modi e senza conoscere nulla di quanto precede e di quanto segue.

Il link alla lezione "Scrivere le informazioni" alla fine del paragrafo forse fornirà al ricercatore esigente le informazioni che si aspettava di trovare in questa pagina.

## Il testo è un interfaccia

L'ultimo paragrafo introduce il concetto di usabilità:

"Lo scrittore di testi online è investito di un nuovo ruolo: insieme al web designer, a chi progetta la struttura e l'aspetto visivo di un sito, deve garantire che l'utente possa navigare nel modo migliore all'interno delle pagine, trovando informazioni, effettuando operazioni, comunicando e interagendo con il mondo virtuale."

Ad una premessa che spiega come un testo on line si caratterizzi anche per la funzione di interfaccia tra chi legge e la macchina segue un estratto dal libro di Franco Carlini "Lo stile del web" per ribadire l'importanza dell'**usabilità pratica** di un sito web; si prosegue spiegando in maniera generica il concetto di **usabilità** (link ad un'altra sezione del sito) come quell'insieme di strumenti che permettono all'utente di interagire con il sito; l'interfaccia web viene quindi comparata a quella di un'applicazione software, evidenziandone le analogie ed elencandone le differenze.

Gli ultimi tre capoversi ribadiscono i medesimi concetti: l'importanza del testo come elemento dell'interfaccia, il concetto di usabilità ed il nuovo ruolo che lo scrittore deve assumere nel rispetto dei vincoli dell'usabilità.

L'impressione è che si cerchi di argomentare, quasi di convincere, senza mostrare casi concreti od esempi che avrebbero illustrato le vaghe nozioni esposte nel testo. Come spiega Nielsen, sul web «è preferibile dare voce ai fatti, avallandoli con link a schede informative e dati specifici»<sup>104</sup>; sarebbe

<sup>104</sup> Jacob Nielsen, *op. cit.*, p. 101.



stato più opportuno quindi fornire solide informazioni anche in queste pagine più teoriche e introduttive, rinviando, per le digressioni, ad altre pagine di approfondimento, attraverso link ipertestuali che avrebbero permesso all'utente di scegliere se leggere o meno le divagazioni proposte. Il problema non sta nella validità di queste ultime, ma nella mancanza di coerenza con le aspettative che si formano leggendo il titolo della pagina ("Sono diversi i testi").

Forse il link "Scrivere l'interfaccia" alla fine del paragrafo invierà ad una pagina con informazioni più illuminanti.

## **Sono diversi i lettori**

### **Lettori-utenti, lettura on line, usabilità**

Nella premessa della lezione si pone la questione di individuare le differenze tra "normali lettori" e utenti del web e tra lettura di una pagina on line e di una pagina di un libro.

Riprendendo le ricerche di Nielsen si afferma:

- il 79% degli utenti del web non legge ma si limita ad effettuare una rapida scansione dei contenuti della pagina;
- la lettura su monitor richiede mediamente il 25% in più di tempo rispetto alla lettura sulla carta;
- il caricamento di una pagina non deve superare gli 8-10 secondi pena l'abbandono da parte degli utenti.

Sono queste informazioni chiare e precise che comunicano idee e concetti in maniera molto più efficace di generiche frasi e domande retoriche come quelle che aprono la premessa e che ho già analizzato in precedenza.

Si chiude la premessa con la frase:

“Ultrarapidi, insofferenti, molto esigenti: partiamo alla scoperta dei nuovi **lettori-utenti del Web.**”

L'incisivo ritratto del lettore-utente colpisce, incuriosisce ed invoglia a saperne di più; tuttavia trovo l'appello diretto a chi legge sostanzialmente inutile: l'utente è già partito alla scoperta del lettore-utente nel momento in cui ha attivato il link “Sono diversi i lettori” (titolo della pagina corrente); l'autore non può quindi coinvolgerlo con un'esortazione a fare qualcosa che sta già facendo, semmai dovrebbe fornirgli subito le risposte e le informazioni che gli ha promesso con il titolo.

### **Byte e cellulosa: due mondi a parte**

L'estratto del primo paragrafo è incisivo e sintetico:

“Il web writer si rivolge a un pubblico che cerca freneticamente informazioni, passando senza sosta da una pagina all'altra. Il suo "zapping", diversamente da quello televisivo, è consapevole e attivo e segue un percorso che non è mai casuale.”

Gran parte del paragrafo si concentra sulle considerazioni che hanno portato Nielsen a scegliere di pubblicare un libro invece di un testo elettronico:

- “la **lettura sulla carta** è tuttora più semplice e veloce rispetto alla **lettura sullo schermo**. Le tecnologie che permetteranno a tutti di leggere facilmente su uno schermo, non saranno disponibili prima del **2007**”;
- “l'**interfaccia utente** è ancora troppo complessa: sfogliare un libro è assai più semplice che utilizzare un browser”;
- “gli **ipertesti** sono ancora relativamente nuovi sia per chi scrive, sia per chi legge. Bisognerà quindi attendere circa il **2005** prima che sia raggiunta una sufficiente "maturità ipertestuale" da parte di lettori e scrittori”.

Al di là di queste considerazioni, si afferma infine, si sta delineando sul web uno specifico **stile di lettura** che deriva sia dalle caratteristiche del nuovo medium, sia dalle diverse esigenze dei nuovi lettori. Link alla pagina "Scrivere le informazioni".

### **Alla scoperta del lettore web: ricerche sulla lettura on line**

L'estratto riporta:

"Il web writer deve essere consapevole dei limiti del medium per cui scrive. Ma se adatta le informazioni che scrive al Web e se scrive informazioni adatte alle esigenze dei suoi lettori, può essere certo che i suoi testi verranno letti."

Si cita nuovamente Nielsen riportando le sue ipotesi sulle motivazioni che portano gli utenti a non leggere il testo on line nella sua interezza ma a scorrerlo:

- la lettura sullo schermo è faticosa per gli occhi;
- il lettore-utente del Web vuole essere attivo e decidere quando spostarsi da una pagina all'altra;
- il lettore-utente può scegliere tra una grande quantità di pagine a sua disposizione e per questo preferisce leggere l'essenziale di una pagina per poi continuare la propria ricerca in altre pagine;
- il lettore-utente ha poco tempo a disposizione.

Viene citata inoltre la [ricerca Stanford-Poynter](#) (link al sito Pointer.org; il link title riporta l'utile precisazione che la pagina è in inglese) che, analizzando i movimenti oculari degli utenti web, fa emergere come al testo venga riservata un'attenzione maggiore rispetto alle immagini. I motivi ipotizzati sono:

- la lentezza nel download delle immagini;
- la minore qualità delle immagini a video rispetto alla carta stampata;

- la maggiore attenzione del lettore-utente web per le informazioni e i contenuti testuali.

Si conclude il paragrafo affermando che ci si trova ancora in una fase sperimentale della scrittura on line che, nella definizione delle sue caratteristiche, chiama a contribuire sia lettori che scrittori. Link alla pagina "Scrivere le informazioni"

### **Dal monitor agli e-book: quale futuro?**

L'ultimo paragrafo riporta l'estratto:

“Il web writer scrive e scriverà in futuro per il lettore di un medium che cancella le distanze e rende possibile collegamenti prima impensabili. Per questo nuovo lettore, il web writer deve superare i confini ristretti delle tradizionali pagine di un libro, scrivendo per la grande rete di immagini, pensieri, sensazioni ed emozioni che unisce il mondo.”

Nel considerare l'attuale fase del web, paragonata a quella di un bambino nella sua prima infanzia, ci si chiede se, nel continuo mutamento e progresso tecnologico, si possano definire degli standard e delle regole per la scrittura. Vengono individuate due costanti che hanno sempre caratterizzato il web e sicuramente lo caratterizzeranno in futuro: gli ipertesti e la rete mondiale. Si prosegue con una serie di divagazioni affascinanti sulle analogie tra connessioni ipertestuali e associazioni mentali (con un estratto dal libro "L'architettura del nuovo Web" di Tim Berners Lee) e sull'annullamento delle distanze che la rete permette. Link alla pagina "Scrivere l'interfaccia".

L'impressione che si riceve dalla lettura del paragrafo, ma in generale di tutta la pagina, è che l'essenza dei concetti che si vuole trasmettere rimanga nebulosa, diluita e dispersa all'interno di queste divagazioni molto

impressioniste ma poco precise e comunicative: si fatica ad individuare le nozioni più importanti, a collegarle tra loro e ad inserirle in un tutto strutturato che formi una solida conoscenza di base degli argomenti trattati.

## **E' diverso il medium**

### **Pagine web che si fanno trovare e pagine web che ispirano fiducia**

La premessa della lezione insiste sulla rapidità dei mutamenti che riguardano il web. Tuttavia, tra le continue trasformazioni che possono modificare la nostra esperienza del nuovo medium si individua una costante: **"le parole"**.

### **Ragni e ragnatele: l'importanza di essere trovati**

L'estratto del primo paragrafo riporta:

"Chi scrive per il Web scrive per farsi trovare, sceglie con attenzione le parole chiave da inserire nel testo e intorno a queste parole chiave costruisce il suo testo. Il web writer scrive per essere letto e compreso da altri esseri umani ma anche dai robot e dagli spider che incessantemente navigano il Web alla ricerca di contenuti."

Il concetto espresso è che lo scrittore on line dovrebbe occuparsi anche di quegli elementi che garantiscono una buona reperibilità di ogni pagina sui motori di ricerca. A riguardo vengono fornite alcune previsioni:

- sempre più motori di ricerca richiederanno un pagamento per migliorare il posizionamento di una pagina nei propri elenchi;
- vi saranno sempre più motori di ricerca specializzati in determinati settori;
- alcuni motori valuteranno una pagina dai link esterni (il minor numero di collegamenti comporterà una posizione svantaggiata negli elenchi);

- altri motori valuteranno invece la pagina in base al traffico (più una pagina viene letta più appare in alto nella classifica del motore di ricerca).

Rimane il fatto, si sostiene, che il testo rimarrà l'elemento fondamentale per facilitare la reperibilità delle pagine in base agli interessi e agli obiettivi degli utenti. Link a "Scrivere le informazioni"

### **Una casa di parole: ambienti web comodi e accoglienti**

L'estratto afferma:

“Il web writer contribuisce, con il grafico, a creare l'ambiente del sito. Le sue parole accolgono il visitatore, gli comunicano emozioni, costruiscono intorno a lui o a lei un mondo da esplorare. Se questo mondo è confortevole il visitatore sceglierà di fermarsi e sarà felice di tornare in quel luogo.”

Il concetto espresso è che l'ambiente di un sito è determinato sia da contenuti grafici che da contenuti testuali. Sembra invece che si viva ancora nella fase dell'entusiasmo per la grafica: sia sul web e che sulle pubblicazioni specializzate ai contenuti testuali viene riservata ancora poca attenzione. Diverse digressioni accompagnano il paragrafo: da quella sui termini di origine anglosassone che fanno riferimento a luoghi fisici per designare aspetti del web (si pensi ai termini "home page", "guest book", ma anche "sito" e "portale") ad estratti dalle *Lezioni americane* di Italo Calvino<sup>105</sup> e dal *Giorno di silenzio a Tangeri* di Tahar Ben Jelloun che

---

<sup>105</sup> «...le visioni polimorfe degli occhi e dell'anima si trovano contenute in righe uniformi di caratteri minuscoli o maiuscoli, di punti, di virgole, di parentesi; pagine di segni allineati fitti fitti come granelli di sabbia rappresentano lo spettacolo variopinto del mondo in una superficie sempre uguale e sempre diversa, come le dune spinte dal vento del deserto»; sui diversi autori che hanno tratto spunto dalle *Lezioni americane* di Calvino si discuterà al § *Il mestiere di scrivere*.

servono ad illustrare come le parole possano dar forma ad esperienze fantastiche o realistiche ma anche visive.

Ancora una volta le digressioni sono valide ed interessanti; tuttavia non rispondono alle aspettative dell'utente, il quale, dalla lettura del titolo della pagina, si aspetta di trovare informazioni chiare e utili riguardo a quelle caratteristiche del medium che vincolano l'efficacia della scrittura on line.

## **Seconda parte**

### **Scrivere le informazioni**

#### **Formati, formattazione, metatag e microcontenuti**

La prima lezione della seconda parte del corso si concentra sulla gestione delle informazioni. Nella premessa il ritratto dell'utente, ricercatore esigente di informazioni, serve per porre alcune riflessioni su:

- quale tipo di informazioni si vuole offrire;
- come le si vuole presentare;
- come fare in modo che siano facilmente reperibili sia sul sito che sul web.

Segue l'indice puntato dei link ai quattro paragrafi della lezione.

#### **Metatag: informazioni per i motori di ricerca**

Il primo paragrafo è dedicato agli strumenti che garantiscono la migliore reperibilità di una pagina web sui motori di ricerca. Si sottolinea:

“La **scrittura dei metatag** è una delle competenze fondamentali del web writer.”

Un "Sui metatag leggi." nel box giallo presenta un link ad un'altra pagina del sito e un link esterno ad un altro sito (in inglese, viene giustamente specificato nell'ancora del link).

Coerentemente con il contesto del sito, molto del valore informativo del paragrafo si concretizza nella spiegazione del miglior uso che si può fare dei comandi del linguaggio Html, **Description e Keywords**, deputati a riportare, il primo una breve descrizione, il secondo una lista di parole, che non compariranno nel testo delle pagine ma verranno visualizzati nei risultati di alcuni motori di ricerca.

Il compito del webwriter è quello di impostare per ogni pagina una "frase chiave principale" ed alcune "frasi chiave secondarie" che dovranno esprimere sinteticamente i contenuti della pagina.

Citando Rachel McAlpine<sup>106</sup> si elencano gli obiettivi e le linee guida nell'impostazione di frasi e parole chiave, le quali devono essere:

- "fortemente pertinenti per la pagina in questione;
- corrispondenti alle parole utilizzate dalle persone nei motori quando cercano una pagina come questa;
- simili alle parole chiave e alle frasi chiave presenti sulle pagine dei vostri concorrenti;
- soprattutto frasi, non parole singole."

La frase chiave principale andrà inserita anche nel tag Title, che compare nell'intestazione del browser e come risultato in alcuni motori di ricerca.

Infine un box di esempio illustra l'uso ottimale del tag Title e dei metatag Keywords e Description.

---

<sup>106</sup> Rachel McAlpine, *Web Word Wizardry*, Ten Speed Press, 2001



## **Un formato per ogni informazione**

Il paragrafo prende in considerazione l'utilizzo di linguaggi e formati che scavalcano l'uso dell'Html.

Il formato PDF della Adobe è consigliabile per quei documenti che sono destinati ad essere stampati, ma non per documenti da leggere on line. Un box giallo alla fine del capoverso fornisce per approfondimento due link in uscita: uno a Chipitalia.com, l'altro, in inglese, al noto sito Useit.com di Jacob Nielsen.

I formati Office di Microsoft (Excel, Word, Powerpoint) sono da scegliere per scopi e gruppi di utenti particolari e definiti.

Il formato Flash, si afferma, è utile per fornire informazioni rapide e sintetiche, in uno stile che ricorda quello pubblicitario, ma non è consigliabile per fornire informazioni dettagliate e articolate ed ha lo svantaggio che i suoi contenuti non possono essere indicizzati nei motori di ricerca. Il box giallo contiene due link di approfondimento, uno al sito Mestierediscrivere.com di Luisa Carrada, l'altro al sito Useit.com.

## **Formattazione e presentazione delle informazioni**

Il paragrafo si concentra sulle modalità per disporre l'informazione in modo da adattarle alla tipologia di lettura derivata dalle caratteristiche del medium.

La formattazione del testo deve sapersi adeguare alle diverse esigenze e ai diversi scopi dell'utente, sia che questi desideri scorrere la pagina per trovare le informazioni per lui rilevanti, sia che decida di leggere il testo nella sua interezza o di stamparlo.

Ben inserita nel contesto del sito di appartenenza la lezione non manca di sottolineare:

“E’ consigliabile che un web writer professionale si abitui ad utilizzare un **editor HTML** per poter controllare la formattazione del testo. Una conoscenza di base dei tag HTML è essenziale.”

Il link alla sezione download del sito offre la possibilità di scaricare, oltre ad una serie di altre risorse, anche diversi trial di editor Html.

Il testo prosegue elencando diversi aspetti della formattazione del carattere:

- **grassetto**: attirando l’attenzione è indicato per creare un percorso che aiuti il lettore a scorrere il testo e ad individuare le parole chiave rappresentative dei contenuti ricercati. Si consiglia di non evidenziare più di 2-3 parole/gruppi di parole per paragrafo;
- **sottolineato**: sconsigliabile in quanto si confonde con i link ipertestuali;
- **corsivo**: inadatto alla lettura a video si usa solo per sottolineare l'uso di parole straniere o nelle bibliografie (che spesso vengono stampate);
- **link ipertestuali**: si paragonano i link a delle “maniglie” che aiutano il lettore a compiere determinate operazioni. Si consiglia, a questo scopo, di scegliere le parole che lo possono aiutare a fare l'azione desiderata (link alla lezione “Scrivere l’interfaccia”).

Alla fine dell’elenco un link nel box giallo invita a consultare la Guida all’Html del sito.

Un ulteriore elenco, deputato ad esaurire il tema della presentazione del testo, mescola strumenti a disposizione del webwriter con raccomandazioni generali sulla scrittura on line:

- **tabelle:** permettono di organizzare i contenuti di una pagina tramite box (o celle) che qualificano il loro contenuto a seconda della loro funzione.
- **elenchi:** permettono di organizzare le informazioni aiutando il lettore a scegliere le informazioni che lo interessano ed evitando lunghi paragrafi di testo di difficile lettura.
- **colori:** al di là del generico consiglio di scegliere i colori del testo armonizzandoli con i colori del sito, la raccomandazione più rilevante è quella di assicurare un contrasto tra sfondo e testo che faciliti la lettura.
- **rientro:** si configura come un ulteriore servizio all'utente nel guidarlo alla lettura delle informazioni più rilevanti.
- **editing:** si raccomanda essenzialmente di assicurarsi della correttezza ortografica e grammaticale dei propri testi, per non ostacolare la lettura e per non giocare la fiducia dell'utente.
- **sintesi:** citando Nielsen, si suggerisce di scrivere **testi più brevi del 50%** rispetto ai corrispondenti testi pubblicati su supporto cartaceo. Si consiglia inoltre: "dopo aver scritto una pagina, fatela riposare per qualche ora o meglio fino al giorno successivo. Concentrandovi poi sui singoli paragrafi cercate di eliminare il superfluo, le parole ridondanti, le frasi di difficile lettura".

Per approfondimenti si indicano i link al sito [Mestierediscrivere.com](http://Mestierediscrivere.com) e al sito [Useit.com](http://Useit.com).

### **Scrivere le informazioni: consigli in breve**

L'ultimo paragrafo della lezione si compone unicamente di un box giallo con un elenco numerato di consigli e principi guida. L'elenco sintetizza i passi del processo espresso dal titolo della lezione "Scrivere le informazioni"; sarebbe stato forse più opportuno inserirlo all'inizio della pagina, strutturando il resto delle informazioni come approfondimenti ipertestuali di ciascun passo.

Al di là di questo, sembra invece mancare una trattazione approfondita di una delle caratteristiche essenziali della scrittura on line: la capacità di sintesi (che può essere formulata come la capacità di ridurre la lunghezza di un testo mantenendone la densità informativa e la chiarezza e aumentandone di conseguenza l'incisività) è certamente un'arte che deve essere esercitata individualmente. Tuttavia trovo sostanzialmente inutile raccomandare al lettore (che vuole essere formato sulla scrittura on line) di essere sintetico senza fornirgli, tramite un'esemplificazione, almeno un modello di riferimento.

La lezione, non insegnando che cos'è la sintesi e come la si realizza nella concretezza dei testi on line, manca in parte il suo obiettivo, non svolgendo un buon servizio nei confronti dell'utente che vuole imparare a redigere testi on line in maniera efficace.

## **Scrivere l'interfaccia**

### **Standard e creatività, ipertesti e interfaccia testuale**

Tradizionalmente, si afferma nella premessa, l'interfaccia utente è progettata dagli ingegneri software, ai quali spettano le decisioni sui colori da utilizzare, sul tipo di carattere, sugli standard da adottare, eccetera. I testi, si precisa in seguito, giocano invece un ruolo essenziale nella creazione di un'interfaccia chiara e facilmente utilizzabile da chiunque. Quindi il concetto implicito è che lo scrittore on line è chiamato a rispondere anche di quelle questioni che concernono il concetto di usabilità.

## Standard e creatività: scrivere l'interfaccia testuale

L'interfaccia testuale è parte integrante dell'interfaccia utente: sarà soprattutto sulla base delle parole che legge che l'utente si orienterà, prenderà decisioni ed effettuerà operazioni. Link in uscita verso il sito Useit.com.

Finalmente il testo chiarisce che cosa si intende per interfaccia testuale:

- le voci dei **menu**;
- i testi dei **pulsanti**;
- i testi dei **link ipertestuali**.

Un estratto da un intervento di Nielsen (con link a Useit.com) sottolinea l'importanza di quelle convenzioni che l'utente ha ormai acquisito durante le sue precedenti navigazioni. Ogni allontanamento da queste convenzioni comporta necessariamente problemi di usabilità.

Il problema che emerge è quello della scelta tra soluzioni standard e soluzioni creative e innovative. Un box di esempio illustra come la violazione di uno standard acquisito (in questo caso il "carrello della spesa" in un sito commerciale) produca come risultato l'incomprensione da parte del 50% dell'utenza.

I concetti esposti sono corretti ma la costruzione retorica del paragrafo sembra quasi inibire la creatività e l'innovazione. Autori come Nielsen e Krug invece non mancano di precisare, in merito a questioni così delicate, come la creatività, che certamente non deve interferire con l'usabilità, sia invece molto apprezzata nei contenuti; inoltre non è detto che non si possa

violare uno standard, basta che tale violazione sia motivata e che l'idea nuova sia migliore e più funzionale di quella precedente<sup>107</sup>.

### **Menu e pulsanti: microtesti per orientarsi e agire**

Rapidamente si descrivono caratteristiche e funzioni di quelli che Nielsen definisce microcontenuti; brevi e sintetici, devono aiutare l'utente ad orientarsi nel sito, devono essere una fedele rappresentazione dei contenuti a cui rimandano e quindi non devono essere né eccessivamente fantasiosi né eccessivamente originali, ma rispettare il più possibile gli standard del web. Si prosegue elencando una serie di regole da seguire nella scrittura delle voci dei menu:

- **Utilizzare terminologia standard:** Contatti (Contact us), Home, Chi siamo (About us), Visita guidata (Virtual Tour), FAQ, Guida (Help).
- **Evitare termini stranieri** a meno che non siano diventati standard. "Sitemap" (Mappa del sito), ad esempio, è un termine piuttosto frequente ma non necessariamente noto a tutti. Le voci "Mappa" o "Mappa del sito" possono in questo caso essere più adeguate.
- **Scrivere testi telegrafici**, evitando, ove possibile, l'uso di articoli, congiunzioni, ecc. Se è necessario aggiungere informazioni è possibile utilizzare i tag Title o Alt.
- **Associare il testo alla grafica:** se sono presenti icone o immagini è bene che il web writer le possa vedere prima di scegliere un determinato testo per le singole voci di menu.

Per quanto riguarda invece il testo di quei pulsanti relativi ad una specifica operazione da compiere si consiglia l'uso dell'imperativo: "Invia", "Cerca", "Vai",...

---

<sup>107</sup> «C'è un principio fondamentale riguardo al violare le regole: lo si fa soltanto quando si hanno ottimi motivi per farlo»; Jacob Nielsen, *op. cit.*, p. 11.  
«La mia raccomandazione è: innovate quando sapete di avere un'idea migliore [...], ma in caso contrario approfittate delle convenzioni»; Steve Krug, *op. cit.*, p. 36.

## **Link: scrivere ipertesti usabili**

Il paragrafo comincia con una valutazione generica sull'importanza dei link ipertestuali che permettono all'utente di prendere decisioni sul suo percorso di lettura. Più rilevante la seconda frase del capoverso che afferma che la parte testuale del link ha la funzione di far comprendere all'utente che tipo di informazione incontrerà nel momento in cui attiverà il collegamento.

Viene quindi proposta una classificazione molto semplice delle tipologie di link:

- **link strutturali**, che permettono all'utente di muoversi all'interno delle informazioni contenute in un sito, facilitando la navigazione;
- **link associativi**, solitamente parole sottolineate che portano a pagine di approfondimento del testo utilizzato per il link o a pagine dal contenuto simile o correlato.

Si consigliano link brevi che comunichino la maggior quantità di informazioni sui contenuti a cui rimandano (ovvero, non generici "Clicca qui"). Se necessario si può affiancare al link un breve testo esplicativo, oppure far uso del tag Title che, al passaggio del mouse, farà visualizzare una piccola finestrella con alcune informazioni supplementari (quella che, con una traduzione forse un po' miope di "link title" viene ormai chiamato "titolo di un link").

Il box di esempio riporta, da Web Usability di Nielsen, le informazioni appropriate da usare per il "titolo di un link":

- nome del sito di destinazione (se è diverso dal sito attuale);
- nome della sezione di destinazione (se ci si sposta in un'altra parte del sito);
- dettagli aggiuntivi sul tipo di informazioni che troveremo sulla pagina di destinazione, ed il rapporto tra questa, il testo dell'ancora e il contesto della pagina attuale;

- avvertimenti su possibili problemi all'altro capo del link.

## **Scrivere l'interfaccia: consigli in breve**

L'ultimo paragrafo è un riassunto in cinque punti di quanto esposto nella lezione:

1. utilizzare terminologia standard se ciò migliora l'usabilità del sito;
2. evitare l'uso di termini stranieri nei menu e nei pulsanti, a meno che non siano diventati termini standard;
3. se necessario, modificare il testo standard dei pulsanti se questo può aiutare l'utente a capirne l'uso;
4. scegliere descrizioni brevi per i link ipertestuali. Evitare di sottolineare le parole relative all'azione da compiere (es. *Clicca qui*);
5. utilizzare il tag Title per fornire, quando necessario, informazioni supplementari sui link ipertestuali.

## **Scrivere l'ambiente**

### **Formalità e informalità, nicchie di utenza, l'identità di un sito**

La premessa dell'ultima lezione si limita ad introdurre, come passo successivo alle questioni discusse in precedenza, l'importanza della creazione di un ambiente progettato "per ospitare il navigatore del web". E', nella sua esposizione, una premessa piuttosto vaga che non va oltre al sottolineare la difficoltà e l'importanza della creazione di questo ambiente senza spiegare che cosa si intende per ambiente. Il compito della premessa di una pagina web come questa dovrebbe essere invece quello di definire chiaramente l'oggetto dell'analisi che si protrarrà nel corso dei successivi paragrafi.



L'indice con i titoli dei paragrafi potrebbe farci inferire che l'ambiente sia una questione di stile, formale o informale, specializzato e destinato ad una nicchia d'utenza, commerciale o meno.

### **Il gergo: scrivere per una nicchia**

Il paragrafo rileva la tendenza del web alla specializzazione. I portali diventano verticali (i cosiddetti 'vortali'), si creano comunità di utenti legati a specifici interessi e si pubblicano siti destinati a nicchie di utenza fortemente specializzate.

Il tema si sposta quindi sul "gergo" utilizzato dalle diverse nicchie di utenza, profilando il ritratto di un webwriter "vero e proprio camaleonte del web".

Al di là di questa descrizione colorita, ritengo che la questione si complichino assumendo il punto di vista di altri osservatori che invece fanno notare come chiunque potrebbe essere interessato agli argomenti di un sito senza conoscere nulla del gergo specialistico. Il compito dello scrittore sarà in questo caso quello di rendere evidente, lasciando che sia inferibile dal contesto, il significato dei termini settoriali.

Si prosegue indicando alcune risorse sul web (con link) per avvicinare lo scrittore ad un determinato gergo: glossari specialistici, comunità di utenti, comunità di traduttori/scrittori, siti specializzati.

### **Tu, voi e lei: testi formali e informali**

Viene rilevata un'ulteriore tendenza del web: quella a muoversi verso un tono più familiare ed informale.

Il box d'esempio riporta i casi di diversi siti di banche (con link) che scelgono differenti approcci, il "tu", il "voi", il "Lei", e che a volte cambiano approccio a seconda del contenuto della pagina o delle operazioni da effettuare.

Infine si offrono alcune indicazioni.

- È possibile scegliere il "voi" in una pagina e il "lei" in un'altra, in base ai contenuti della pagina, ma è consigliabile evitare di cambiare persona nella stessa pagina.
- Il "tu" è adatto nei siti informali, che si rivolgono ad esempio a colleghi, a comunità di persone che condividono gli stessi interessi, ma è sconsigliabile utilizzarlo in siti istituzionali.
- Il "voi" è adatto in tutti quei casi in cui ci si rivolge a un'utenza non del tutto precisata.
- Il "lei" si usa quando ci si rivolge ad un utente specifico che deve effettuare una scelta (accettare le condizioni di un sito, acquistare un prodotto, scaricare un file, ecc.) ed è particolarmente indicato per i rapporti che una azienda instaura con i propri clienti. Le maiuscole sono invece antiquate e legate alla corrispondenza commerciale (ad esempio: "Desideriamo offrirLe un prodotto adeguato alle Sue esigenze").
- Una possibile alternativa è costituita dall'uso dell'infinito (forma impersonale) che può essere utilizzato ad esempio quando si forniscono istruzioni all'utente (ad esempio: "Per scaricare il file, fare clic sull'icona").

### **Oltre il "marketese": dare identità al sito**

Si sottolinea giustamente, a proposito del linguaggio derivato dal marketing e dalla pubblicità, che l'uso di parole e frasi promozionali esagerate o vaghe ("il migliore prodotto del mercato", "sconti eccezionali", "un luogo bellissimo e unico" ecc.) non sono ben accettate dai lettori del web perché

non aiutano a trovare le informazioni e creano sospetto e sfiducia nei confronti del sito.

L'utilizzo del "marketese" sul web, si afferma, è un retaggio di una fase immatura nella quale non c'era sufficiente consapevolezza delle specificità del medium e si riciclavano i materiali cartacei per replicarli on line, oppure chi curava i contenuti era un copywriter tradizionale senza una lucida cognizione del web.

Finalmente si giunge ad uno degli apparenti paradossi della scrittura on line; si scrive:

"Il web writer si trova di fronte a due compiti apparentemente in contrasto tra loro:

- Scrivere contenuti ricchi di informazioni (per i lettori ma anche per i motori di ricerca).
- Scrivere contenuti che attirino l'interesse del lettore per la loro originalità e per il loro stile."

A questo punto si raggiunge il climax del discorso, a cui dovrebbe seguire la catarsi con la soluzione, o almeno una proposta, che indichi come risolvere uno degli enigmi della scrittura on line: come unire una scrittura rigorosa, precisa e informativa con una più attraente, coinvolgente ed originale.

Il capoverso successivo, invece di sciogliere l'enigma e rilasciare la tensione, sembra cambiare discorso, prendendo in considerazione il tema del "look and feel", dell'identità del sito che viene determinata da una corretta combinazione di grafica e stile del testo.

Si riprende in parte la discussione sul linguaggio nel capoverso successivo, elencando una lista di aspetti che devono essere curati dal

webwriter. Riporto il testo nella sua interezza per farne emergere il grado di profondità (o di superficialità) che si raggiunge nell'esposizione:

- “I **titoli dei paragrafi** devono contenere le informazioni essenziali del paragrafo che li segue e suscitare allo stesso tempo la curiosità del lettore (vedi ad esempio i titoli adottati in questa pagina).
- Il **testo dei paragrafi** deve seguire uno stile omogeneo, adatto al contesto del sito. Evitare passaggi di stile improvvisi (es. da uno stile accademico e formale a uno stile amichevole e colloquiale).
- La **comunicazione** deve tenere conto degli aspetti razionali e di quelli emotivi. Fate attenzione all'uso delle parole, dosatele attentamente per suscitare emozioni in chi legge e allo stesso tempo assicuratevi che non nascondino le informazioni che volete comunicare. Se scegliete una metafora o un'immagine, non utilizzatela in modo forzato ed eccessivo, ma diluitela per rafforzare il colore che date al vostro testo.”

Un box d'esempio, che dovrebbe illustrare i concetti sopra esposti, chiude il paragrafo.

La critica che emerge dalla lettura di questo paragrafo è che la trattazione della difficile sintesi tra l'esigenza di essere chiari, sintetici e informativi e quella di coinvolgere l'utente, non è stata sufficientemente approfondita: sarebbe stata utile un'analisi più dettagliata, arricchita da una valida ed esaustiva esemplificazione, che contempli anche aspetti quali la scelta del lessico, la sintassi, l'uso di determinate figure retoriche.

L'interesse ed il coinvolgimento dell'utente (quindi l'aspetto emotivo) vengono attivati innanzitutto dall'aspettativa di trovare, rapidamente e facilmente, ciò che si sta cercando. La maggior parte degli utenti si sta avviando infatti verso una fase più matura e smalzita, nella quale sono già attive forme di selezione inconscia di tutto quanto di promozionale esiste sul web (banner appariscenti quanto invadenti, finestre che si aprono

automaticamente, messaggi non richiesti, titoli e link che promettono ma non mantengono)<sup>108</sup>.

Soddisfatta l'esigenza di riuscire ad individuare il corpus di informazioni nel quale ricercare l'utente gradirà uno stile coinvolgente e personale quanto il mezzo che sta usando.

L'utilizzo dei termini deve quindi essere preciso, informativo e rappresentativo dei contenuti a cui rimandano (se sono link o titoli) o dei significati che si vogliono trasmettere.

Una distinzione utile a questo proposito potrebbe essere quella tra testi e termini "pragmatici", dal significato univoco e testi e termini polisemantici, che pongono maggior enfasi sugli aspetti connotativi della lingua. Se quest'ultimo aspetto può risultare ambiguo e inadatto a rappresentare i contenuti o a veicolare le informazioni, si possono sfruttare altre caratteristiche della scrittura on line per aumentare l'impatto del testo ed attirare l'interesse dell'utente: la precisione, con il suo potere di dare definizione ai concetti, e la sintesi, con la sua forza esplosiva e centrifuga, possono contribuire a dare un'espressività ed una capacità di coinvolgimento maggiori di quanto non possa fare qualsiasi retorica della persuasione.

All'utilizzo di un linguaggio, quindi, conciso e rigoroso, si può invece affiancare sintatticamente l'uso di figure retoriche o di termini fortemente connotati che mettano in luce aspetti nascosti dei contenuti veicolati dal

---

<sup>108</sup> «Gli utenti hanno una avversione nettissima per tutto ciò che è o sembra una montatura di marketing [...]. Non potete cavarvela con le iperboli semplicistiche che funzionano nelle pubblicità televisive o sulla stampa. Quando gli utenti vedono chiacchiere invece di fatti, la loro fiducia nella credibilità di un sito va in fumo». Jacob Nielsen, *op. cit.*, p. 101.

testo e che accendano nel lettore l'interesse e la voglia di saperne di più. In questa maniera si svolge un valido ed utile servizio per l'utente.

### **Scrivere l'ambiente: consigli in breve**

L'ultimo paragrafo riassume in quattro punti le raccomandazioni e le linee guide discusse nella lezione:

1. Scrivete per i vostri lettori-utenti. Scoprite la loro nicchia e il loro gergo e adattatevi.
2. Non esagerate nell'uso dei termini stranieri. Ne va della leggibilità del vostro testo.
3. Decidete se volete usare il tu, il voi o il lei quando parlate ai vostri lettori-utenti. Non usate il tu in modo indiscriminato.
4. Evitate il linguaggio del marketing, vago o esagerato. Comunicate le informazioni ma non dimenticate le emozioni. Date identità e personalità a ciò che scrivete.

### **Approfondimenti sul web writing**

#### **In pro.html.it approfondimenti su come scrivere per il web**

Le critiche che si rilevano nell'analisi delle pagine del corso non si possono estendere agli articoli di questa sezione. Essi infatti sono scritti in maniera più chiara e convincente, i concetti esposti sono spiegati con la giusta lucidità e l'impostazione retorica e lo stile sono sia più informativi che accattivanti. Se ne può dedurre forse che anche lo scrittore più esperto, a suo agio nella redazione di un articolo lineare, si trovi ancora in difficoltà nel momento in cui deve strutturare i suoi testi per inserirli in una organizzazione ipertestuale, in modo da renderli in sé autonomi ma anche parti di un tutto coerente e coeso che si avvale di una sapiente calibrazione e valorizzazione delle potenzialità dell'ipertestualità.

La maggior parte dei dodici articoli sono interventi dello stesso autore del corso e contengono diversi aspetti del web writing: da interviste a diversi autori a tutorial sulla scrittura efficace sul web, dalla redazione dei microcontenuti, dei link e dei metatag ad aspetti più generali che contengono anche l'uso di una griglia di valutazione mutuata da Nielsen.

Tuttavia il fatto che gli articoli si presentino semplicemente come punti di un elenco senza una strutturazione ipertestuale che li avrebbe resi parti integranti della *Guida web writing* li esula da questa analisi.

## ***Conclusione***

Il corso, nella limitatezza del suo carattere sintetico e introduttivo, si presenta impeccabile dal punto di vista formale e rispettoso delle caratteristiche del medium e delle peculiarità della scrittura on line. Tuttavia sembra manchevole proprio nella ricchezza e nella chiarezza dei contenuti esposti. A mio avviso manca un'analisi lucida e approfondita dell'argomento che avrebbe permesso, oltre che una trattazione più esaustiva ed informativa, la trasmissione di una conoscenza strutturata ed organica del tema. L'impressione è che non si arrivi mai ad afferrare i concetti, i quali, d'altra parte, sono spesso esposti in maniera vaga e superficiale. A volte sembra addirittura che si riempiano le pagine di discorsi con l'unica funzione di occupare spazio e quindi di sprecare il tempo del lettore. Sul web questo è decisamente un risultato imperdonabile.

Un'interpretazione alternativa potrebbe essere invece quella delineata in precedenza, ovvero che la *Guida web writing* si configuri come una delle esche del portale per indirizzare l'utente verso uno dei corsi a pagamento

promossi nella home page ed in alcune delle sezioni principali. Questo spiegherebbe il linguaggio impreciso e caratterizzato da una terminologia fortemente connotata e da quella aggettivazione soporifera di cui parla la Postai<sup>109</sup>, la cui funzione è quella di interessare l'utente ma senza permettergli di raggiungere una formazione completa, se non con l'iscrizione ad uno dei corsi a pagamento. Il web, nella sua versatilità, può essere sfruttato anche in questo modo.

---

<sup>109</sup> Sofia Postai, *Siti che funzionano. Quando web design non significa disegni sul web*, Milano, Hops libri, 2001, p. 33.



## Altre risorse in rete

L'illimitata possibilità di pubblicazione della Rete favorisce la produzione e la divulgazione di un numero consistente di siti, portali, corsi, ipertesti, documenti ed altre risorse dedicate ai vari aspetti della scrittura. Moltissimi di questi rappresentano valide alternative per il ricercatore motivato, anche se, purtroppo, nella maggioranza dei casi, ancora molto bassa è la consapevolezza dei limiti, delle caratteristiche e delle potenzialità dei nuovi media e delle modalità comunicative più adatte alla Rete.

Molti sono infatti i documenti concepiti per la stampa che vengono semplicemente digitalizzati e pubblicati on line, molti sono ancora i siti e le pagine web che non sanno avvalersi di una valida ipertestualità, molte sono quindi, al di là della mera divulgazione, le possibilità non sfruttate.

Farò quindi ora una panoramica il più possibile rappresentativa delle diverse tipologie testuali e delle diverse proposte formative, di cui ci si può attualmente avvalere in rete per costruirsi un percorso di ricerca e apprendimento personale finalizzato ad accrescere le proprie conoscenze e competenze nell'ambito dei diversi aspetti della scrittura.

Partendo dalle produzioni più consapevoli delle caratteristiche del mezzo per poi passare a quei documenti che non si allontanano di molto dalle modalità più tradizionali di progettare formazione o di veicolare informazione, concluderò con una breve analisi di un sito web che, pur non essendo strutturato come un corso, ma piuttosto come un ipertesto progettato per la consultazione, è comunque considerato, nel panorama italiano, la più autorevole proposta dedicata alla scrittura professionale e on line: il [Mestierediscrivere.com](http://Mestierediscrivere.com) della Carrada.

## *Web Writing secondo Nielsen*

<http://www.sun.com/980713/webwriting/>

Non si poteva non prendere in considerazione in questa sede, anche se scritto in inglese, il sintetico corso di web writing redatto da Jacob Nielsen e dai suoi collaboratori, se non altro per valutare nella concretezza di un caso specifico, le estreme indicazioni proposte da questo influente autore, così seguito, ripreso e considerato, da essere spesso denominato “il guru dell’usabilità”.

“Writing for the web” è un agile ipertesto che si articola in una decina di brevi interventi. La prima pagina, oltre all’elenco dei link alle lezioni, offre subito quei dati fondamentali, riportati da Nielsen, che vengono spesso ripresi di pari passo dagli altri autori. Si scrive infatti<sup>110</sup>:

- “Scrivere per il web è molto diverso dallo scrivere per la stampa:
- il 79% degli utenti scorre la pagina invece di leggere parola per parola;
  - leggere sul monitor è il 25% più lento che leggere sulla carta;
  - i contenuti sul web devono avere il 50% delle parole degli equivalenti contenuti su carta”.

Segue l’elenco numerato delle lezioni:

### **Table of Contents**

1. [Difference Between Paper and Online Presentation](#): Limit scrolling; use simple sentence structure; avoid cute headlines; update facts frequently.
2. [Working With a Designer](#): Combine page templates with professional artwork.
3. [Scannability](#): Highlight keywords; use bulleted lists; start with the conclusion.
4. [Navigation](#): Move detailed info to secondary pages.

---

<sup>110</sup> Le traduzioni dall’inglese sono opera dell’autore di questa tesi.

5. [Writing to Be Read](#): Headlines and subheads; lists, captions, and hyperlinks.
6. [Writing to Be Found](#): Half of the users will navigate through search engines.
7. [Terms to Avoid](#): Don't call attention to web artifacts.
8. [Editorial Review of Web Pages](#): Fresh eyes and skilled editing improve your work.
9. [Web Facts](#): Significant improvements in all metrics.

### [Read on...](#)

Notevole la strutturazione dei titoli: i link, decisamente significativi e rappresentativi dei contenuti, sono affiancati da imperativi o da informazioni che suggeriscono immediatamente le linee guida proposte nelle lezioni successive. Come si può quindi inferire, la funzione di questo sintetico ipertesto è quella di fornire rapidamente delle indicazioni pragmatiche per la redazione dei testi on line.

La prima pagina, "Differenze tra presentazione su carta e on line", spiega:

- le pagine web devono essere autonome ed indipendenti (poiché l'utente può arrivare ad una pagina senza seguire il percorso progettato, ad esempio tramite un motore di ricerca);
- è necessario scrivere la metà delle parole che si sarebbero usate su carta (poiché la lettura a video è più faticosa e poiché gli utenti trovano fastidioso vedere troppo testo sullo schermo e scrollare la pagina);
- bisogna fornire subite le informazioni più importanti (poiché gli utenti sono critici e impazienti, e non scelgono di navigare in un sito per l'autorevolezza del webmaster ma per cercare qualcosa di cui hanno bisogno);
- il "marketese" è da evitare in favore di uno stile più oggettivo (la credibilità di un sito è importante e la fiducia dell'utente può essere rapidamente persa a causa di un linguaggio eccessivamente promozionale, evocativo ed autocelebrativo);
- il web è un medium informale ed immediato e gli utenti gradiscono uno stile informale e brillante, ma l'umorismo deve essere colto al

volò (all'interno di una singola sentenza), non deve cioè strutturarsi su informazioni precedenti (che possono essere state non lette), così come le metafore (possono essere fraintese) e le freddure (che possono non essere capite da un pubblico internazionale);

- la struttura delle frasi deve essere semplice (le scritture sintatticamente elaborate e le parole complesse sono ancora più difficile da capire on line).

In "Lavorare con un designer" si spiega come l'utilizzo ottimale della grafica possa aumentare la leggibilità di una pagina: innanzitutto l'utilizzo delle immagini deve essere limitato e non rallentare il caricamento della pagina; assicurato questo, si possono usare immagini, didascalie, schemi e diagrammi per rendere più comprensibile quanto esposto nel testo.

La pagina "Scannability" si occupa di quegli accorgimenti che agevolano la lettura selettiva: l'identificazione delle parole chiave con il grassetto o con il colore dello sfondo o del carattere (ad eccezione del blu, ormai convenzionalmente deputato a caratterizzare i link), l'individuazione dei link ipertestuali e la disposizione delle informazioni in elenchi puntati o numerati, la chiara separazione dei capoversi (secondo la formula "un'idea per capoverso", a sua volta corollario della formula "un argomento per pagina") e la rapida individuazione delle informazioni più importanti, che vanno poste all'inizio della pagina (piramide rovesciata) e seguite da un breve sommario con gli argomenti immediatamente correlati.

In "Navigazione" si spiega come disporre le informazioni nell'ipertesto ed usare i link: i link hanno la funzione di guidare l'utente nella sua ricerca delle informazioni. Si consiglia quindi, dove possibile, di presentare

sinteticamente nella pagina la conclusione di un argomento, per poi fornire il link ad un'altra pagina per l'approfondimento.

In "Scrivere per essere letti" si analizzano quegli elementi testuali che danno forma al design della pagina. Affinché sia assicurata la massima leggibilità,

- i titoli devono identificare chiaramente i contenuti;
- la gerarchia visiva di titoli e sottotitoli, non deve superare i quattro livelli (una gerarchia più articolata è più difficile da afferrare e rischia di disorientare il lettore on line);
- gli elenchi puntati e numerati, da usarsi con frequenza, non devono superare i nove membri e i due livelli di profondità;
- le didascalie, nell'illustrare le immagini, non devono ripetere elementi dei titoli o generare ridondanza con gli elementi del contesto;
- non bisogna usare link se l'informazione può essere contenuta sinteticamente nella pagina corrente;
- non bisogna asserire che si sta fornendo un link;
- è utile fornire la descrizione delle informazioni a cui un link collega;

La pagina "Scrivere per essere trovati" parte da questa considerazione:

"Più della metà degli utenti si affidano ai motori di ricerca per le loro navigazioni"

Bisogna quindi includere nelle pagine quelle parole che corrispondono ai criteri utilizzati dagli utenti nelle loro richieste ai motori di ricerca, sia negli invisibili metatag, sia negli elementi più visibili (titoli, sottotitoli, parole chiave, liste, sommari,...), in modo che si capisca immediatamente la relazione tra i contenuti della pagina e i termini della ricerca effettuata.

Interessante l'asserzione della pagina "Termini da evitare":

“Scrivere efficacemente per il web significa sfruttare le possibilità offerte dal web, ma allo stesso tempo, **non richiamare l’attenzione sul web**”.

Sono quindi da evitare le espressioni autoreferenziali quali “Clicca qui”, “Segui questo link”, “Questo sito web”,...

A conclusione del concetto si afferma che sarebbero da evitare quasi tutte le parole e le espressioni specifiche del web. Per testare l’eventuale abuso di tali termini si invita a stampare la pagina e a chiedersi se il testo mantenga ugualmente il suo senso.

L’ipertesto termina con alcune raccomandazioni sull’importanza di sottoporre il proprio sito all’analisi di un buon editor, con alcuni riferimenti a manuali sullo stile di scrittura (tra questi, *The Chicago Manual of Style*. 14th ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993) e con alcune statistiche che mostrano, con la precisione delle percentuali (caratteristica di Nielsen), i miglioramenti ai test di usabilità ottenuti riscrivendo le pagine web con le linee guida proposte:

Task Time:	180% faster
User Error:	809% fewer
Memory:	100% more
Subjective satisfaction:	37% higher
Overall usability:	159% better

La presentazione visiva di “Writing for the web”, in linea con le riflessioni del suo autore, non è affatto accattivante; perfino il testo, spezzettato e frammentato (con frasi telegrafiche e capoversi di poche righe molto ben distanziati), appare scarno e non attraente. Tuttavia, nell’affrontarne la lettura, si rimane colpiti dalla sua leggibilità, dalla sua incisività, dalla densità informativa, dalla potenza della sintesi e dal suo valore pragmatico.

Se, ad una prima occhiata, le pagine appaiono infatti poco interessanti e povere di contenuti, quando si inizia a leggere bisogna ricredersi: le semplici, sintetiche ed incisive frasi sono significativi condensati di preziose e pertinenti informazioni che stimolano la comprensione, l'apprendimento e la creatività. La sicurezza dello stile (che non si lancia in involute argomentazioni ma fornisce subito dati evidenti ed inconfutabili) ed il registro pragmatico (che non risparmia consigli ed imperativi) inducono infatti il lettore a sperimentarsi nella pratica della sintesi e a mettere alla prova le linee guida proposte.

## **Scrivere per il web**

<http://www.usabile.it/032000.htm>

Ispirato al precedente corso, l'articolo "Scrivere per il web" di Maurizio Boscarol sintetizza in una sola pagina le indicazioni di Nielsen.

Una breve introduzione presenta i dati ormai classici sulle fatiche di leggere a video e sulle modalità di lettura che quindi gli utenti adottano. Si struttura poi il prosieguo in tre paragrafi titolati ("Il contenuto", "Lo stile" ed "Espedienti visivi"), a loro volta articolati in più sottoparagrafi numerati.

Si evidenzia subito in grassetto :

**"Il web è il regno della concretezza e della concisione".**

Si continua subito dopo con un interessante invito a scrivere seguendo le quattro massime di Grice:

- massima della quantità: scrivere la quantità di informazione necessaria;
- massima della qualità: scrivere ciò di cui si ha le prove, essere sinceri;

- massima della relazione: dare informazioni coerenti e pertinenti con l'argomento;
- massima del modo: scrivere in maniera chiara.

Il punto successivo, nel riprendere la regola della piramide rovesciata, suggerisce di esporre i concetti principali nella prima parte del testo, senza instaurare quella "specie di **gioco con il lettore**", che consiste nel fornirgli informazioni parziali, oscure o ambigue al fine di incuriosirlo, interessarlo, fargli continuare la lettura; "non funziona", si spiega categoricamente: "**i lettori non vogliono perdere tempo in rete**, e gradiscono i fatti, non i giochi, per i quali si rivolgono a siti specialistici".

Seguono altre considerazioni che, ispirate alle idee di Nielsen, sarebbe ripetitivo esporre nella loro interezza.

Trovo invece significativi, nel paragrafo "Lo stile", i suggerimenti di argomentare soprattutto "attraverso i **fatti**", separandoli dalle opinioni, e di non essere "umoristici", bensì "**divertenti**", ovvero "**brillanti**"; ciò significa ad esempio, si spiega, scrivere con un ritmo sincopato che rompa la monotonia del testo, curando allo stesso tempo la scorrevolezza.

Si conclude infine con considerazioni riguardanti la lunghezza delle pagine: nelle prime pagine, ormai è chiaro, non ci devono essere testi lunghi ma solo "lanci di notizie, civette, con **buoni titoli e sommari**", nelle pagine di destinazione invece i testi possono (e devono) essere più lunghi; se l'utente ci è arrivato seguendo i suoi interessi e i segnali di una buona navigazione farà finalmente lo sforzo di leggere per intero il testo o di stamparlo per leggerlo in seguito. Una posizione questa che, al di là delle valide affermazioni sull'esigenza di una scrittura sintetica, conferma la possibilità



di raggiungere anche on line la profondità e l'esaustività necessarie ad un valido progetto di formazione.

Alla fine dell'articolo si invita, sotto la voce "Approfondimenti", a visitare il sito della Carrada, [Mestierediscrivere.com](http://Mestierediscrivere.com) (che verrà affrontato in seguito), all'apposita sezione dedicata alla scrittura per il web, ispirata, si anticipa, alle *Lezioni americane* di Calvino, e si conclude:

"E' curioso come, a ben guardare, le riflessioni di Calvino ricordino molto da vicino le massime di Grice! Un motivo in più per seguire le une e le altre..."

### ***Corsi di scrittura creativa***

Una diversa modalità di organizzare la proposta formativa, di erogare un servizio e di impostare la pratica fruitiva, è rappresentata dai numerosi corsi di scrittura creativa a cui si può accedere in rete, i quali, al di là di alcune loro specifiche caratteristiche, sono accomunati dal fatto che i loro servizi formativi:

- non sono fruibili come ipertesti sempre accessibili ma vengono erogati prevalentemente tramite posta elettronica;
- si presentano come corsi di formazione a pagamento.

Viene instaurato, in questi corsi, quindi un rapporto di tipo più tradizionale tra insegnante e discente che si articola di solito in un certo numero di lezioni, con esercizi e testi da compilare da parte del corsista, il quale può avvalersi del feedback del formatore. I nuovi media sono in questo caso utilizzati per la loro facoltà di annullare i tempi e gli spazi che di solito vincolano le modalità di formazione tradizionali. Tuttavia in molti di questi corsi non viene valorizzato, come avviene in un percorso ipertestuale, il

contributo attivo e interattivo dell'utente che non può di solito prescindere dall'iter predisposto dal formatore.

## **Corso di scrittura on line di Roberto Cotroneo**

<http://www.robertocotroneo.com/corsi.htm>

Il corso di scrittura di Roberto Cotroneo è il più accessibile in rete: è facile trovarlo nelle liste dei motori di ricerca oppure pubblicizzato in altri siti.

Il curatore del corso è anche autore di diversi romanzi e saggi, la cui presentazione, con tanto di link ad una libreria on line per l'acquisto, è disponibile alla sezione "Libri" del suo sito personale Robertocotroneo.com; il formatore si presenta in questo modo come uno scrittore affermato ed autorevole, in grado di instaurare un rapporto competente con il corsista.

Dalla home page del sito, tramite il link "Corsi", si accede ad una pagina che riporta il titolo "Laboratorio di scrittura creativa on line" e i sottotitoli "Roberto Cotroneo" e "Corso di scrittura on line", a cui seguono le informazioni sul corso, sulla sua struttura e le istruzioni per l'iscrizione.

La prima nota specifica subito che non è richiesto nessun titolo di studio e che non ci sono limiti di età per iscriversi; successivamente si illustrano le modalità di iscrizione (via e-mail), di pagamento (anticipato di 180 euro) e le qualifiche di fine corso (attestato di frequenza).

Le lezioni consistono in testi inediti dell'autore, inviati, a cadenza settimanale, tramite posta elettronica, i quali terminano con la richiesta di un esercizio che verrà compilato e rispedito dallo studente che riceverà la correzione prima dell'invio della lezione successiva.

Il corso è strutturato in dieci lezioni:

- la prima introduce argomenti quali la motivazione a scrivere, l'angoscia della pagina bianca, le decisioni da prendere, i processi creativi, e termina con la richiesta di scrivere una cartella sulla propria motivazione a scrivere e sull'eventuale storia che si vorrebbe raccontare;
- la seconda tratta la struttura del racconto e del romanzo, le differenze tra i due generi e richiede la stesura di un progetto;
- la terza riguarda l'incipit, la scelta della lingua, dello stile e della persona; l'esercizio richiesto consiste nel redigere un incipit coerente con il progetto steso nell'esercizio della precedente lezione;
- la quarta si concentra sulla descrizione sia dei paesaggi che dei personaggi, degli stati d'animo, di cose ed eventi; l'esercizio richiede di fare una descrizione di un paesaggio e di un personaggio;
- la quinta lezione prende in considerazione i vari modi di scrivere un dialogo e termina con la richiesta della stesura di un dialogo da parte del discente;
- la sesta spiega cos'è e a cosa serve la digressione e richiede di inserire una digressione in uno dei testi consegnati e corretti;
- la settima riguarda lo stile e il suo rapporto con il contenuto; l'esercizio richiesto consiste nel riscrivere un testo inviato dall'autore in uno stile alternativo;
- l'ottava lezione spiega come utilizzare le fonti, come ci si documenta e come risolvere alcuni problemi attinenti; scrivere un testo di determinata ambientazione ed epoca e spiegare come si sono svolte le ricerche e come si sono risolti i problemi;
- la nona riguarda la temporalità della storia, l'onniscienza o meno del narratore, il rapporto tra trama ed intreccio; riscrivere un testo di Cotroneo in due diversi modi;
- l'ultima lezione è di tipo editoriale-impresoriale e spiega cosa fare della propria opera terminata, come rapportarsi agli editori, come si invia un testo ad una casa editrice.

## Tecniche di base della Scrittura Creativa

<http://www.lalineascritta.it/>

Di struttura apparentemente analoga è il corso on line di Antonella Cilento, autrice di diversi romanzi e racconti, nonché di opere teatrali e curatrice dell'elegante portale Lalineascritta.it, che promuove, oltre al corso on line, diverse altre iniziative della stessa autrice, tra cui i laboratori di scrittura "off line" e i laboratori per le scuole destinati sia agli insegnanti che agli studenti.

La presentazione del "mini-corso" è suddivisa in quattro pagine accessibili dall'home page alla sezione "Laboratori on-line"; la prima, intitolata "Finalità e intenzioni dei corsi", espone i vantaggi dell'acquisto del "pacchetto" delle lezioni on line (abbattimento delle distanze e flessibilità della fruizione), che si afferma accompagnato dal laboratorio interattivo o aula virtuale (illustrato in un'altra pagina ipertestuale) che, tramite gli strumenti della chat (con il software ICQ) e della mailing-list, consentirà "uno scambio serrato tra l'insegnante e gli allievi" nonché la possibilità di confrontarsi, discutere, proporsi, chiedere informazioni e ricevere consigli. Si lancia infine la promessa ad allargare il dibattito e ad approfondire la conoscenza con successivi corsi più avanzati.

Nella pagina "Struttura del corso" si legge:

**Il mini-corso di Tecniche Base della Scrittura Creativa** è articolato in dieci lezioni pratico-teoriche con un'introduzione, una presentazione e un percorso guidato alla realizzazione di esercizi e prove pratiche.

### **Gli argomenti trattati nel mini-corso :**

1. Come superare la paura del foglio bianco

2. Gli incipit e il loro uso
3. I cinque sensi nella scrittura: la vista
4. I cinque sensi nella scrittura: l'odorato
5. I cinque sensi nella scrittura: il tatto
6. I cinque sensi nella scrittura: il gusto
7. I cinque sensi nella scrittura: l'udito
8. Il punto di vista
9. La ricerca della voce e la microstruttura
10. La microstruttura e la fabula

Si rileva quindi una diversa impostazione degli argomenti rispetto al corso di Cotroneo, anche se mi sembra interessante sottolineare come si presenti una curiosa analogia nell'inaugurare l'iter formativo con l'argomento della cosiddetta "angoscia della pagina bianca" o "paura del foglio bianco", quasi che i diversi autori avessero rilevato una diffusa esigenza dell'ipotetico scrittore principiante (ritenuto culturalmente condizionato ad angosciarsi nel legittimo tentativo di esprimere la propria creatività) e volessero fornirvi una risposta.

La presentazione a scaletta suggerisce che le lezioni siano inviate via mail con una cadenza che accompagna il percorso guidato dal tutor e curatore del corso; nella pagina "Modalità di iscrizione", invece si specifica che il "pacchetto", contenente tutte le lezioni del laboratorio, verrà inviato una volta accertato l'atto della ricezione del bonifico (di 154,94 euro pari a L.300.000), il quale garantirà l'iscrizione alla mailing-list del laboratorio.

## **Corsi di scrittura della HoldenLab.it**

<http://www.holdenlab.it/raccontare/raccontare.htm>

Il portale HoldenLab.it della Scuola Holden di Torino, fondata dal noto scrittore Alessandro Baricco, propone diversi corsi on line di scrittura professionale e creativa, dedicati al giornalismo, alla sceneggiatura, al racconto e al romanzo, alla scrittura teatrale, alla pubblicità, al business writing e al web writing.

Il corso "Raccontare", dedicato alla scrittura creativa, è suddiviso in sei moduli ("Dialogo", "Trama", "Personaggio", "Autobiografia", "Gestione dell'immaginazione" e "Montaggio"), fruibili ed acquistabili separatamente o in un unico pacchetto scontato (il prezzo è comunque di rilievo: 240 euro a modulo, 1200 euro per l'intero pacchetto di sei moduli) che consistono in una parte teorica di una quarantina di pagine più un ipertesto e una parte pratica corredata da "un servizio di tutoring personalizzato via e-mail", da "un'ora di chat con il tutor a fine corso", da una bibliografia personalizzata e dalla possibilità di accedere ad un forum nel quale confrontarsi con altri allievi.

Diversi autori e docenti partecipano sia accompagnando ogni modulo con i propri interventi sia coordinando la gestione del laboratorio on line.

La fine del percorso di ogni iscritto viene coronato dalla pubblicazione del proprio racconto su HoldenLab.it.

Altre formule sono applicate agli altri corsi: il corso di "Giornalismo", ad esempio, è acquistabile in un'unica soluzione a 336 euro e consiste di dieci lezioni a cadenza bisettimanale, accompagnate da esercitazioni assistite dal tutor Michele Gambino; stessa formula per il corso di "Web writing": dieci lezioni inviate ogni due settimane a partire dall'iscrizione, con esercizi

pratici che verranno corretti da Valentina Grippo (il costo del corso è sempre di 336 euro).

## **Corsi di scrittura di Omero.it**

<http://www.omero.it/home.htm>

Anche la scuola di scrittura Omero di Roma propone la sua offerta formativa sulle Rete; il "Laboratorio on line di narrativa", curato dallo stesso direttore della scuola Enrico Valenzi (e curatore del libro "La palestra dello scrittore"), è suddiviso in tre livelli: introduttivo, intermedio e permanente.

- Il primo (300 euro) è articolato in dieci lezioni accompagnate da diverso materiale tra cui contributi di vari autori, brani di opere di narrativa, esercizi che verranno analizzati e corretti dai tutor.
- Il secondo, a cui si può accedere solo dopo aver superato il precedente laboratorio (on line o "off line") o un test di scrittura, si suddivide in "Struttura e lingua" (200 euro) e "Ritmo e movimento" (200 euro).
- Infine il terzo è destinato a chi ha già dimostrato di avere della solide competenze compositive e abbia un progetto letterario da sviluppare (62 euro per ogni intervento critico sul proprio lavoro).

Le diverse formule prevedono comunque l'invio di una prima lezione gratuita attraverso la quale il discente potrà valutare la qualità dell'offerta formativa che gli viene proposta.

Può essere interessante considerare la struttura del corso introduttivo presentata sul sito:

1. I ferri del mestiere: idee, parole e movimento. La forma racconto. Le idee narrative. L'incipit o inizio del racconto. Esercizio: *Continuare l'incipit di testi classici in prima e terza persona.*

2. Cercatori di storie. Cercatori di personaggi. Racconto in prima e in terza persona. Esercizi: *Ricerca e proposta della storia. Mi ricordo-non mi ricordo.*
3. Clima narrativo. Lingua opaca e trasparente. Il racconto e il lettore. Il ritmo. Qualche ripasso sulla punteggiatura. La musica e il suono delle parole. Le parole dei racconti. Esercizi: *Scrivere 1-2 pagine del proprio racconto. Rimettere la giusta punteggiatura a un brano di narrativa al quale è stato tolto ogni segno d'interpunzione.*
4. Il tono del racconto. Il punto di vista nella storia. Esercizi: *Cambiare il punto di vista a un celebre passo letterario. Riscrivere le prime 20 righe del proprio racconto cambiandone l'impostazione da prima a terza persona o viceversa. Da qui in poi continuare nella scrittura del racconto fino al termine del corso.*
5. La descrizione di ambienti naturali e/o architettonici. La descrizione secondo Maupassant e Carver. Imparare a servirsi dei propri occhi. Esercizio: *L'oggetto ricordo*
6. Alla ricerca di un dialogo asciutto e naturale. In ogni dialogo deve esserci più di una verità. Dialogo e movimento dei personaggi. Dialoghi tra personaggi che non si conoscono. Esercizio: *Scrivere 20-30 righe di dialogo puro tra un uomo e una donna che si separano pur amandosi oppure realizzare un dialogo in cui uno dei due, nel mezzo di un discorso banale, fa una velata dichiarazione d'amore all'altro.*
7. Il monologo: verso l'esterno e verso l'interno. Considerazioni tra sé e sé della voce narrante. Esercizi: *Inserire brevi flash di pensieri al personaggio che sta parlando. Concedere 20 righe di notorietà al personaggio più in ombra, più secondario del vostro racconto.*
8. Tanti modi per dare il tempo alle storie. Esercizi: *Modificare radicalmente le prime 20 righe del racconto fin qui elaborato portandolo dal passato al presente o viceversa e verificarne il risultato espressivo. Assegnare al vostro protagonista un flash back che serva a svelare parti della sua personalità finora non emerse.*
9. Quante parole per scrivere un racconto. La scelta dei nomi dei personaggi. Esercizi: *Sostituire i nomi scelti per i personaggi del racconto e considerarne il nuovo effetto raggiunto. Riscrivere le prime 20 righe del racconto modificandone l'ampiezza delle frasi. Se si è usato un periodare secco e brevilineo provare un'andatura lunga e articolata.*
10. Il finale. La scelta del titolo. Rilettura e riscrittura del racconto. A chi far leggere i racconti finiti.



*Finire la stesura del racconto*

## **Scuoladiscrittura.com di Andrea Di Gregorio**

<http://www.scuoladiscrittura.com/scuola.html>

Il sito Scuoladiscrittura.com, nato su iniziativa di Andrea Di Gregorio, autore di diversi romanzi, racconti e saggi, propone esclusivamente un servizio individuale che si basa sulla lettura e sulla riflessione su un lavoro scritto originale del discente. Si prefigura quindi per ogni iscritto un itinerario unico e adattato alle sue esigenze personali ed individuali, che viene percorso principalmente via e-mail ed occasionalmente per telefono e che ha come obiettivo quello di giungere alla pubblicazione della propria opera.

In un'intervista, reperibile on line sul sito Scritturacreativa.com, alla domanda

“Perché un aspirante corsista dovrebbe preferire un corso on line ad un buon manuale di scrittura?”

Di Gregorio risponde:

“A questa domanda io do di solito una risposta che è, a sua volta, una **domanda**. "Quante volte, scrittore esordiente, hai potuto **parlare** veramente del tuo lavoro di scrittura con qualcuno? Quante volte sei riuscito ad avere un **giudizio** attento, spassionato, circostanziato? Quante volte hai ricevuto un **consiglio**, anche solo per rifiutarlo?" Ecco, il problema fondamentale degli scrittori esordienti è la mancanza di un **interlocutore** valido, qualcuno con cui parlare, da cui farsi ascoltare. E una scuola di scrittura come la nostra, che non parte da un approccio **cattedratico** (di fronte al quale, in fondo, ti si richiede ancora il silenzio)

ma si presenta come un vero e proprio **seminario**, un laboratorio, che tratta direttamente della tua scrittura, della tua creatività, si propone proprio il compito di colmare questo vuoto”.

La risposta è rivelatrice in quanto individua la potenzialità della Rete di sfruttare la caratteristica intrinseca della connettività sia per annullare, come spesso si afferma, gli spazi e i tempi della comunicazione tra gli interlocutori, sia per individuare e rintracciare interlocutori accomunati da obiettivi ed interessi condivisi oppure in grado di fornire un servizio specifico per una determinata esigenza (in questo caso un servizio di “editing” professionale da parte di consulenti autorevoli sulle proprie opere e sulle proprie competenze nell’ambito della scrittura).

I corsi (o meglio, i servizi di consulenza) sono trimestrali, semestrali, annuali. Il costo della frequenza per un trimestre (da 8 a 10 “incontri” individuali) è di 350 euro; per un semestre (circa 20 “incontri”) il costo è di 600 euro.

Per ogni trimestre i consulenti si impegnano a portare a termine, insieme con l’autore, la revisione di un testo di 50 cartelle (circa 100.000 battute). E’ previsto per gli iscritti l’accesso a un newsgroup, “spazio virtuale riservato di discussione e di confronto in cui possono liberamente inviare commenti, considerazioni e quant’altro ritengano opportuno per lo sviluppo comune dell’esperienza creativa”.

Trovo l’esperienza di Scuoladiscrittura.com particolarmente indicativa in quanto rappresenta inoltre un processo, suscettibile di applicarsi ad un crescente numero di casi, che porta il virtuale (inteso sia in senso filosofico,

come potenzialità non attualizzata, che in senso informatico, come realtà esistente solo nell'ambito di una comunicazione digitale) a realizzarsi nel contesto formativo concreto. Infatti, mentre le altre scuole di scrittura (la scuola Holden, o la scuola Omero, ad esempio) rappresentano istituzioni già operanti sul territorio che propongono, a corredo delle loro iniziative, i loro corsi telematici, Scuoladiscrittura.com nasce e si sviluppa in Rete per poi estendere la propria attività, attraverso la collaborazione con l'Accademia di Comunicazione di Milano, realizzando seminari in aula di scrittura creativa con l'obiettivo di far interagire gli esordienti e le loro opere con il mondo editoriale italiano.

### **Altri corsi di scrittura di scrittura creativa**

Sono presenti in rete numerose altre iniziative le cui formule non si distanziano di molto da quelle analizzate sopra. Sul sito Scritturacreativa.com, curato da Luca Lorenzetti (autore di un'indagine sulla scrittura creativa in Italia) si può trovare un esaustivo elenco dei corsi frequentabili su Internet; oltre a quelli già esposti Lorenzetti segnala<sup>111</sup>:

- *La Bottega delle Parole*  
**Associazione "Gli Ultimi Cavalieri"** di Livorno
- *Amleto scuola di scrittura online*  
**Cyrano.it**  
<http://www.cyrano.it>
- *Laboratorio elettronico di scrittura creativa*  
**Istituto Italiano di Cultura di Napoli**  
<http://www.istitalianodicultura.org>
- *Corso di Scrittura Creativa*  
**Scuola di Scrittura Harriette Stanton Blatch** di Bologna  
<http://scuolastanton.freeweb.supereva.it/>

---

<sup>111</sup> Riporto solo gli Url ancora validi.

- *Scrittura creativa*  
**Studio Nabu** di Firenze
- *Bartleby e-Learning*  
**Corsi di scrittura, tutorials e consulenze on line**  
<http://www.giampaolospinato.it>

Altri elenchi sono reperibili nella Guida di Supereva.it dedicata alla scrittura creativa<sup>112</sup> e su una pagina del portale Alice.it<sup>113</sup>; in questi sono presenti anche gli indirizzi di corsi dedicati ad argomenti e generi più specifici (poesia, autobiografia, sceneggiatura cinematografica, televisiva e teatrale, formazione editoriale, saggistica, critica, scrittura umoristica, giornalismo, copywriting,... ) e Master post universitari.

Molti degli indirizzi esposti in questi elenchi, in verità, non sono aggiornati e i relativi corsi non sono più attivi; nella dinamicità delle esperienze in rete non tutte le iniziative riescono a sopravvivere. Si rileva qui, a mio parere, il problema della credibilità della proposta formativa e della fiducia dell'utente-discente: le iniziative che continuano ad avere successo si fondano, o sull'originalità di una formula che riesce a rispondere ad un'esigenza sentita da una minima nicchia d'utenza, o dalla percepita autorevolezza dei curatori del corso, in genere scrittori affermati con più di qualche opera pubblicata o docenti con una certa e dichiarata esperienza alle spalle. Una dinamica analoga si presenta nell'ambito dell'informazione: se la Rete dà la possibilità a chiunque di proporre informazione, l'esigenza di una fonte credibile e della veridicità dei

---

<sup>112</sup> <[http://guide.supereva.it/scrittura\\_creativa/corsi\\_on\\_line/](http://guide.supereva.it/scrittura_creativa/corsi_on_line/)>.

<sup>113</sup> <<http://www.alice.it/writers/law.wri/sscrit.htm>>.

contenuti indirizzerà l'utente a rivolgersi a quelle istituzioni che hanno saputo creare un rapporto di fiducia con il proprio pubblico di lettori<sup>114</sup>.

Come è evidente tutti questi corsi si presentano come un'alternativa, permessa dalla facoltà delle nuove tecnologie di annullare le distanze, ad una tipologia più tradizionale di apprendimento in aula. Tale modalità può certamente favorire l'aumento delle competenze linguistiche e della maturità comunicativa nel territorio, tuttavia non si prevedono particolari conseguenze innovative nell'ambito delle possibili trasformazioni del linguaggio, del pensiero e del concetto di comunicazione a cui ho fatto riferimento nell'Introduzione di questa tesi, in quanto i contenuti e le strategie formative sembrano riferirsi a modalità di apprendimento e comunicazione che si modellano su quelle tradizionali. Alcuni indizi del mutamento si possono forse rilevare in quei corsi che propongono un servizio orientato ed adattato al discente: si tratterebbe, in questo caso, di un allineamento con quella ristrutturazione del concetto di comunicazione che si fonderà, sempre di più, sulla centralità del destinatario, dei suoi interessi e delle sue esigenze.

Come si è visto, inoltre, molti di questi corsi offrono la possibilità di accedere ad uno spazio riservato nel quale gli esordienti possono interagire e confrontarsi. La dinamica è quella che dovrebbe portare alla realizzazione di quell'intelligenza connettiva, di cui parlano DeKerckhove e Lévy, che

<sup>114</sup> Repubblica.it, ad esempio, secondo alcuni sondaggi on line è stato per diversi mesi in assoluto il sito più visitato del panorama italiano dell'informazione, seguito subito dopo, da Corriere.it: gli utenti hanno preferito rivolgersi ai siti di testate con cui hanno già fidelizzato piuttosto che a quotidiani concepiti esclusivamente per il web come lnuovo.it. Fonte: Silvia Capotorto, "Il quotidiano va sul web" in *Broadcast & Video. Il settimanale della convergenza tecnologica*, n. 256, <<http://bv.diesis.it/256/servizio256.htm>>, 6/11/2003.

potrebbe garantire, nell'immediata possibilità di condividere le proprie esperienze e competenze, il rapido procedere nel proprio percorso individuale e formativo. Il punto di forza di questi specifici newsgroup sta certamente nella solida motivazione di tutti gli iscritti ai vari corsi di scrittura creativa; il punto debole sta forse nel fatto che, per evidenti motivi commerciali, il numero degli aderenti a questi spazi di confronto e condivisione virtuali è limitato dall'acquisto o meno della specifica offerta formativa, senza la possibilità di comunicazione e di coordinazione tra le diverse esperienze.

Un'ultima riflessione riguarda infine l'esistenza stessa di questi corsi di scrittura creativa on line: l'accresciuta presenza di questi, e delle scuole di scrittura in generale, è certamente l'indizio di una serie di sentite e condivise esigenze individuali che vedono nel valore della scrittura, oltre all'occasione di un'espressione creativa, la possibilità di accrescere la propria consapevolezza e maturità comunicativa e di arricchire la propria esperienza di crescita professionale e personale, in un'epoca che sembra, giorno dopo giorno, sempre più orientata intorno ai valori della comunicazione e della formazione continua e permanente.

### ***Documenti e risorse on line***

Sotto la definizione di questo titolo comprendo altri corsi di scrittura, ipertesti ed interventi, che nella versatilità del medium acquistano una loro specifica modalità di pubblicazione rispetto agli esempi precedentemente trattati, ma che, tutto sommato, non si discostano dalle pratiche della lettura tradizionali. Molti di questi non sanno o non vogliono sfruttare le

potenzialità di una valida ed articolata organizzazione ipertestuale, rimanendo per molti versi, intenzionalmente o meno, legati alla linearità della carta stampata. Tuttavia si fa spesso notare anche come la più banale applicazione della possibilità offerta dalla Rete di pubblicare qualsiasi testo in modo immediato ed economico non sia priva di rilevanti conseguenze, se non altro nell'ottica di una democratizzazione della produzione testuale e dell'offerta comunicativa.

### **Corso di scrittura di Stanislo Nievo**

[http://www.stanislaonievo.it/corso\\_di\\_scrittura.php](http://www.stanislaonievo.it/corso_di_scrittura.php)

Il corso di scrittura proposto da Stanislo Nievo nel suo sito è in realtà un elenco di una trentina di interventi di diversi autori, senza una strutturazione sistematica e coerente e senza la possibilità di approfondimenti e connessioni ipertestuali. I contenuti delle pagine, che spaziano tra vari argomenti dedicati ai vari aspetti che riguardano la scrittura (dall'espressione creativa alla redazione professionale, con qualche accenno alla scrittura per il web) possono sporadicamente essere interessanti e validi, ma la mancanza di un'organizzazione e di un filo conduttore non garantisce l'apprendimento di una conoscenza articolata che possa fondare una solida pratica dello scrivere. L'aspirante scrittore potrà forse 'pescare' utili informazioni e trarre valide ispirazioni, ma il buon esito della sua ricerca sarà più dovuto al caso che ad una chiara rappresentazione dei contenuti.

### **Uno stile di scrittura accattivante**

[http://www.microsoft.com/italy/office/previous/2000/content/expert/stile\\_scrittura/](http://www.microsoft.com/italy/office/previous/2000/content/expert/stile_scrittura/)

In sette pagine strutturate sequenzialmente si condensa la guida dedicata allo stile di scrittura elaborata dalla Expert System, società leader che sviluppa software per il settore linguistico come manuali elettronici sull'uso della lingua italiana, correttori grammaticali e sintattici, raccolte di citazioni e aforismi, etc. La società ha curato, nelle pagine del sito italiano della Microsoft altri articoli e guide dedicati alla redazione di una lettera commerciale, di un documento tecnico, di una tesi di laurea e di un curriculum vitae. Gli argomenti trattati, sicuramente validi dal punto di vista contenutistico e formale, non riescono a venire valorizzati a causa della mancanza sia di una valida strutturazione ipertestuale sia di un'adeguata formattazione del testo che agevoli la lettura e l'individuazione delle parole chiave e dei concetti.

## **Documenti a stampa on line**

Infine, la modalità più semplice di avvalersi delle possibilità di divulgazione permesse dai nuovi media consiste, come già esposto, nel pubblicare on line testi e documenti inizialmente concepiti per altri usi, spesso al fine di promuovere l'opera di un autore, i servizi di un'organizzazione, o per pura volontà di condividere le informazioni e le conoscenze.

Tra questi casi si segnalano:

### **Scrivere. Una fatica nera**

<http://www.comuniconline.it/scrivere.html>

Sul sito curato da Alessandro Lucchini e Claudio Maffei sono disponibili in formato .pdf alcuni libri pubblicati anche a stampa: il primo, di Claudio Maffei, *Comunicare: un passaporto per il terzo millennio. Piccola enciclopedia per i comunicatori del Duemila*, viene



presentato come un “condensato di venticinque anni di esperienza nel mondo della comunicazione”, composto da settanta brevi capitoli senza alcun legame tra loro, se non dall'intenzione di offrire alcuni spunti di riflessione. Il secondo, di Alessandro Lucchini, *Scrivere. Una fatica nera. Consigli pratici per la comunicazione scritta nel lavoro*, è un manuale “che raccoglie l'esperienza dei maggiori specialisti italiani sulle varie applicazioni dello scrivere per lavoro” e si rivolge ai professionisti della comunicazione, “del marketing, delle vendite, della pubblicità, delle relazioni esterne” ma anche a “tutti coloro che, per amore o per forza, scrivono”. Infine, sulla stessa pagina, insieme ad altri vari testi, si promuove anche il più noto, *Business Writing. Scrivere nell'era di Internet*<sup>115</sup>, offrendo in formato .pdf l'indice e l'introduzione.

### **Manuale di Scrittura Creativa di Pierluigi Adami**

<http://www.pierluigiadami.it/creativa.htm>

Pierluigi Adami, “scrittore e sceneggiatore”, come dichiarato nel sottotitolo della homepage, offre due diversi manuali in formato .pdf da richiedere via e-mail, uno dedicato alla scrittura creativa, l'altro alla sceneggiatura. L'indice presentato riporta:

- Le motivazioni che sorreggono il processo della scrittura
- L'ambiente giusto per la scrittura
- L'arte della creazione letteraria secondo i Maestri
- Progettare una storia
- Scrivere un racconto o un romanzo?
- Rivedere il progetto:
- Punto uno: si comincia dall'idea
- Punto due: identificare il conflitto e la posta in gioco
- Punto tre: sviluppare i personaggi
- Punto quattro: Identificare il processo di crescita del protagonista.
- Lo Stile - Il decalogo dello Stile
- Come pubblicare un libro

### **Un corso di scrittura condensato**

Nell'area download della già citata guida Scrittura Creativa del portale SuperEva.it sono scaricabili un discreto numero di interventi, esercitazioni, relazioni, presentazioni di esperienze, lavori ed esperimenti, manuali e corsi di scrittura tra cui questo “corso di scrittura

---

<sup>115</sup> Alessandro Lucchini, *Business Writing. Scrivere nell'era di Internet*, Milano, Sperling & Kupfer, 2001.

creativa condensato” a cura di Giulio Mozzi, suddiviso in sei file-capitoli in formato .pdf e .zip.

### **Corso per formatori di italiano scritto e professionale**

<http://www.humnet.unipi.it/ital/corsoscrittura/dispensa.htm>

All'interno di una lunga pagina web pubblicata dal Dipartimento di Studi Italianistici dell'Università di Pisa, vengono riportate le dispense di un corso per formatori di italiano scritto e professionale tenutosi da febbraio a marzo 1999; gli interventi sono validi e autorevoli (anche se l'impostazione è prevalentemente teorica e non fornisce indicazioni pragmatiche come gli altri testi ed ipertesti analizzati), ma la mancanza di una organizzazione ipertestuale, di una formattazione e di uno stile di scrittura adeguati rendono proibitive sia la lettura a video che la stampa.

### ***Il mestiere di scrivere***

Infine, per concludere degnamente la mia panoramica e la mia tesi sulle risorse on line dedicate all'apprendimento della scrittura, presenterò il valido ipertesto curato da Luisa Carrada, secondo l'opinione di diversi osservatori della rete, “unico sito italiano dedicato alla scrittura come mestiere”<sup>116</sup>, “punto di riferimento del web italiano sulla scrittura professionale”<sup>117</sup>, “per chi deve scrivere, leggere e correggere testi per mestiere”<sup>118</sup>. Come già accennato il sito non è strutturato come un corso ma come un ipertesto, tutto sommato piuttosto libero, che ruota intorno ai temi della scrittura in generale, di quella professionale e di quella on line. Ma può appunto essere considerato un valido punto di riferimento per il proprio percorso formativo.

<sup>116</sup> Maurizio Boscarol, *Scrivere per il web*, <http://www.usabile.it/032000.htm>

<sup>117</sup> Umberto Santucci, *Pubblicazioni on line. Mestiere di scrivere*, <http://www.umbertosantucci.it/pagine/mestierescrivere.htm>

<sup>118</sup> Italica, Rai International, *Schede Navigando. I migliori siti italiani*, <http://www.italica.rai.it/principali/schede/navigando/mestscrivere.htm>

La **home page** del "Mestiere di scrivere"

non è particolarmente eclatante, spettacolare o accattivante; tuttavia, nella sua semplicità, attrae il navigatore con una notevole forza di attrazione centripeta, forse determinata dalla potenza sintetica con cui sono redatti i titoli delle sezioni, che si fanno abili



ambasciatori di una ampia ed esaustiva conoscenza, invitando con decisione ad esplorare l'ipertesto nei suoi livelli di profondità.

Due utili mappe (**sitemap** e **mappa tematica**) aiutano il visitatore ad orientare la propria navigazione, inquadrando in una ampia visione d'insieme i diversi argomenti e le utility: appunti, articoli, link, istruzioni per l'uso, un utile glossario, esempi, recensioni di libri e di siti, interviste, consigli illustri e citazioni di diversi e conosciuti autori, corredano le pagine dedicate alla scrittura in generale, a quella professionale (per l'azienda e per la pubblica amministrazione) e al web writing.

La struttura ipertestuale non si espande oltre i due livelli successivi alla home page, il che comporta, data la vastità degli interventi, lunghe liste di titoli e link che possono disorientare l'utente inesperto (non meno comunque di un'architettura strutturata in più livelli); brevi sommari iniziali e un funzionale sistema di navigazione attenuano il rischio di perdersi nell'ipertesto.

Notevole, anche se il risultato potrebbe essere soggettivo, lo stile della scrittura della Carrada che, pur governando le peculiarità del medium e

della lettura on line, non rinuncia a marcare con la propria energica impronta personale la redazione dei testi nell'intenzione di instaurare un rapporto empatico con il lettore. Ad esempio, la pagina dedicata alle analogie tra le indicazioni delle *Lezioni americane* di Calvino e le peculiarità del web writing (che verrà presto approfondita) inizia con:

“Lo confesso: Calvino non è mai stato tra i miei scrittori preferiti. Non mi sono appassionata ai suoi libri nemmeno da adolescente, quando *Il cavaliere inesistente* e *Il visconte dimezzato* erano letture estive d'obbligo, parte integrante dei compiti per le vacanze”<sup>119</sup>.

Soprattutto i titoli e le ancore hanno una loro potenza attrattiva che si fonda sia sulla condensazione sintetica sia su una certa e consapevole costruzione retorica; in *Scrivere per Internet*, l'autrice narra del travagliato iter creativo che ha preceduto la redazione delle ancore sulla home page:

La redazione dei link di navigazione del Mestiere di Scrivere ha richiesto un lungo lavoro di limatura: “al lavoro!” soprattutto è il frutto di molti tentativi e ripensamenti [...] “Consigli pratici”? Troppo lungo. “Cassetta degli attrezzi”? Idem e anche peggio. Allora la punteggiatura mi ha soccorso: “al lavoro!” con un bel punto esclamativo acquistava una dinamicità che sottendeva tante altre cose.<sup>120</sup>

Per quanto riguarda la gestione dell'informazione la Carrada organizza la vastità del materiale in maniera tale da creare in ogni pagina uno schema che si ripete, fatto di elenchi puntati e numerati o semplicemente di brevi paragrafi titolati, che crea un tipo di scrittura e di lettura modulare, funzionale alla ricerca delle eventuali specifiche informazioni richieste dall'utente, ma soprattutto autoesplicativo: una volta aperta una pagina, il lettore comprende come sono strutturate anche le altre e può liberamente

---

<sup>119</sup> Luisa Carrada, “A lezione da Calvino” in *Il mestiere di scrivere*, <<http://www.mestierediscrivere.com/testi/calvino.htm>>, 13/11/03, (31/01/04).

<sup>120</sup> Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 78;

procedere nel suo percorso, individuando gli argomenti che più gli interessano. Le pagine più lunghe, che al di là della struttura modulare mantengono comunque una loro individualità, vengono introdotte da un sommario di link interni che riporta i titoli dei paragrafi.

In alcuni casi la Carrada utilizza i link interni al testo per collegare ad altri specifici paragrafi inseriti in altre pagine. Il concetto contenuto in un unico breve paragrafo viene così collegato ad un altro situato in un altro punto dell'ipertesto (la pagina si apre infatti all'altezza del titolo del paragrafo), instaurando così un'associazione ad un livello ancora più profondo di quelle instaurate dai link che collegano tra di loro le pagine; le informazioni infatti, distribuite secondo le linee guida "un argomento per pagina, un'idea per paragrafo", realizzano così un'associazione ipertestuale tra singole idee e non tra argomenti (ci si avvicina cioè ad una scrittura ipertestuale non solo a livello testuale ma a livello di superficie linguistica).

Dall'analisi dei contenuti (che non sarà qui esposta nella sua interezza in quanto l'ipertesto non è concepito come un corso ma piuttosto come territorio libero nel quale passeggiare e raccogliere le proprie preziose impressioni, suggestioni e informazioni) si rilevano quelle considerazioni che risultano attinenti a quelle esposte in precedenza.

La Carrada, fornendo informazioni, istruzioni e consigli in linea con quelli proposti dagli autori degli altri ipertesti analizzati, si spinge oltre, con il suo contributo, approfondendo l'aspetto della superficie linguistica del nuovo stile comunicativo.

Ad esempio, la pagina "Gli attrezzi sono meglio delle regole" della sezione "Al lavoro!" (dedicata alla scrittura professionale) indaga infatti

modalità di costruzione della frase applicabili sia al *business writing* che al web writing.

### Frasi e paragrafi

Per la comprensibilità delle frasi si invita ad iniziarle individuando con chiarezza soggetto e verbo, lasciando sulla destra le subordinate; per dare energia, dinamicità alla frase si consiglia invece (quando possibile) di preferire i verbi ai sostantivi, di preferirli nella loro forma attiva e al modo infinito, di omettere parole inutili, di evitare gli avverbi e di porre le parole più importanti all'inizio della frase (la regola della piramide rovesciata viene quindi applicata anche alla costruzione della frase).

### Linguaggio

Si suggerisce di consapevolizzare il posto preciso di ogni parola all'interno della frase, di utilizzare un lessico semplice ma di renderlo efficace cercando di ricontestualizzarlo, inserendolo in contesti dove normalmente non viene usato ("un esercizio che ci costringe a pensare" garantisce l'autrice), di essere concreti e specifici ("in un articolo di cronaca, il nome del cane che ha morso il bambino, in una brochure il nome del prodotto che stiamo illustrando"), di ricercare espressioni originali (evitare ad esempio forme abusate quali "una valanga di voti", "la squadra vincente"), di semplificare i temi e i ragionamenti complessi con parole e paragrafi brevi, di trattare con uno stile "leggero" anche gli argomenti più seri e, infine, di non dimenticare il mito, il simbolo, la poesia (individuare insomma l'archetipo narrativo sotteso al messaggio da trasmettere, "i temi del ritorno a casa, del superamento degli ostacoli, della perdita e del ritrovamento [...]. Acquisire un importante contratto non è molto diverso dall'uscire vivi dalla fossa dei leoni e anche un gelido "case history" può diventare una bella storia a lieto fine").

### Effetti

Il ritmo deve essere curato in modo da dare alle frasi lunghe la giusta scorrevolezza che porta alla comprensione e alle frasi brevi la pregnanza che invita a riflettere; raccontare e "mostrare" percorrendo rapidamente la scala dell'astrazione (oggetti e cose, idee e concetti), facendo "agire come su un palcoscenico" personaggi, ma anche aziende e prodotti (ovvero spiegare un caso concreto, raccontare la risoluzione di un problema); infine dare una "voce" personale e inconfondibile ("chi

legge deve avere l'illusione che state parlando proprio a lui, con un linguaggio che gli è vicino”).

### Struttura

Torna il tema della storia, del raccontare, con personaggi, azioni, ambientazioni, tempi e motivazioni, con effetti e sorprese; ma anche con indici e sottotitoli che costituiscono già un primo livello di lettura, con ripetizioni che enfatizzano e connettono, con esempi e con un finale che chiude “senza lasciare nulla in sospeso”.

### Vita da scrittori

Si chiude la pagina con alcune considerazioni sul processo della scrittura, dell'ideazione e della progettazione: l'autrice invita quindi a pensare, visualizzare il proprio testo, metterlo in scena nella propria testa prima di scriverlo, ad imparare, in ogni testo, qualcosa sulle proprie abilità e debolezze di scrittori, a suddividere il progetto in progetti più piccoli e a “scrivere anche in ordine sparso”, a leggere in maniera consapevole (“se un libro o un articolo ci piacciono particolarmente, cerchiamo di capire il perché”), ed infine a stimolare l'autocritica (ma solo prima di iniziare a scrivere e dopo la prima stesura, “mentre si scrive, bisogna lasciarsi andare”) e le critiche di lettori e revisori (“una rete di familiari, amici e colleghi disposti a rileggere e criticare i nostri testi è indispensabile”) e ad accettarle (o almeno, tollerarle).

Interessante, infine, la lettura che fa la Carrada delle *Lezioni americane* di Calvino, considerandolo l'anticipatore delle principali caratteristiche della scrittura on line; l'autrice, passando in rassegna le *sei proposte per il prossimo millennio*, propone il suo personale “contrappunto” tra le citazioni del testo e le sue annotazioni sulla scrittura on line<sup>121</sup>:

### Leggerezza

---

<sup>121</sup> Rientrato e tra virgolette, alcune delle citazioni estratte dalla Carrada dalle *Lezioni americane*; in corsivo, rientrato, il “contrappunto” dell'autrice; in corpo del testo, le mie considerazioni.

“La leggerezza per me si associa con la precisione e la determinazione, non con la vaghezza e l’abbandono al caso. Paul Valéry ha detto: Il faut être léger comme l’oiseau, et non comme la plume.”

*.... leggeri come un uccello, quindi con una direzione, un itinerario, un progetto .... e con una scrittura leggera che non è frivolezza, ma precisione, aderenza perfetta tra contenuti e parole .... anche su Internet è la scrittura leggera e sintetica quella che si impone, che viene colta anche con un solo sguardo .... leggera e trasparente nello stile .... leggera e rarefatta nella sua destrutturazione in paragrafi, titoli, sottotitoli, che però sulla pagina disegnano un sistema, una macchina che funziona ....*

Nel primo dei “valori” proposti da Calvino per il romanzo contemporaneo, la Carrada vede una prima analogia con le caratteristiche della semplicità, della sintesi, dell’aderenza al significato, ma anche con la volontà di comunicare ed avere un riscontro pragmatico. Leggerezza quindi, di uno stile semplice nella sua decisa intenzione comunicativa, ma precisione e profondità di significato nella volontà di far conoscere, informare e formare, stimolare il lettore in direzione di una azione concreta. E’ forse la parola che aspira a riconquistare caratteristiche dell’oralità primaria: la chiarezza, la comprensibilità, il suo carattere magico, il suo potere di produrre effetti sul destinatario.

### **Rapidità**

"Nelle note dello Zibaldone dei mesi seguenti, Leopardi sviluppa le sue riflessioni sulla velocità e a un certo punto arriva a parlare dello stile: 'La rapidità e la concisione dello stile piace perché presenta all’anima una folla d’idee simultanee così rapidamente succedentesi, che paiono simultanee, e fanno ondeggiare l’anima in una tale abbondanza di pensieri, o d’immagini e sensazioni spirituali, ch’ella o non è capace di abbracciarle tutte, e pienamente ciascuna, o non ha tempo di restare in ozio, e priva di sensazioni. [...] L’eccitamento d’idee simultanee, può derivare e da ciascuna parola isolata, o propria o metaforica, e dalla loro



collocazione, e dal giro della frase, e dalla soppressione stessa di altre parole o frasi (3 novembre 1821)'."

"Nei tempi sempre più congestionati che ci attendono, il bisogno di letteratura dovrà puntare sulla massima concentrazione della poesia e del pensiero."

*.... anche su Internet si corre, si salta da un sito all'altro, si legge in maniera disordinata, si seguono gli itinerari più impensati, ci si perde e poi si torna .... chi scrive deve quindi puntare alla brevità, intesa soprattutto come sinteticità e concentrazione ..... nei testi, nei titoli, nei microcontent .... magari tornando proprio alla scuola della poesia ....*

Per spiegare la sintesi necessaria alla scrittura on line (e all'era di Internet in generale, come già esposto in questa tesi) la Carrada cita Calvino che a sua volta cita Leopardi; il messaggio, attraverso il ritmo delle citazioni, si evolve così nella sua autorevolezza e nella sua efficacia e raggiunge il suo scopo: quello di lasciare una traccia, una suggestione nella mente del destinatario, veicolandogli anche una matrice di conoscenza su cos'è la sintesi e su come realizzarla.

### Esattezza

"Esattezza vuol dire per me soprattutto tre cose:

1. un disegno dell'opera ben definito e ben calcolato;
2. l'evocazione d'immagini visuali nitide, incisive, memorabili; in italiano abbiamo un aggettivo che non esiste in inglese, "icastico", dal greco "eikastikós";
3. un linguaggio il più preciso possibile come lessico e come resa delle sfumature del pensiero e dell'immaginazione."

*.... l'esattezza si applica a tutte le fasi della scrittura per il web: nella progettazione del sito, [...] nella precisione delle informazioni, nell'aderenza del linguaggio ai contenuti, nell'accuratezza della ricerca, nell'affidabilità delle fonti, nella coerenza tra il titolo di un link e la sua destinazione ....*

L'esattezza di Calvino è quindi la precisione necessaria alla scrittura on line, precisione che, nella consapevolezza della responsabilità del comunicatore, non può tollerare l'ambiguità di significato, né per veicolare informazioni, né per trasmettere emozioni, che vanno rese invece attraverso l'accurata scelta del lessico, la definizione delle immagini evocate dalla scrittura, la consapevolezza del progetto e della strategia comunicativa.

### Visibilità

"Se ho incluso la Visibilità nel mio elenco di valori da salvare è per avvertire del pericolo che stiamo correndo di perdere una facoltà umana fondamentale: il potere di mettere a fuoco visioni a occhi chiusi, di far scaturire colori e forme dall'allineamento di caratteri alfabetici neri su una pagina bianca, di *pensare* per immagini."

"Comunque, tutte le "realtà" e le "fantasie" possono prendere forma solo attraverso la scrittura, nella quale esteriorità e interiorità, mondo e io, esperienza e fantasia appaiono composte della stessa materia verbale; le visioni polimorfe degli occhi e dell'anima si trovano contenute in righe uniformi di caratteri minuscoli o maiuscoli, di punti, di virgole, di parentesi; pagine di segni allineati fitti fitti come granelli di sabbia rappresentano lo spettacolo variopinto del mondo in una superficie sempre uguale e sempre diversa, come le dune spinte dal vento del deserto."

*.... una scrittura in cui le parole si sposano con le forme e i colori, in cui anche le parole diventano immagini e con il movimento e i colori cambiano di espressione e tonalità .... una pagina che si legge come un manifesto e si guarda come uno spot .... uno scrittore che progetta, pensa e scrive in uno spazio visivo ....*

Le suggestioni di Calvino e della Carrada si fanno qui multimediali, in quella convergenza di codici e linguaggi, implicita nel multimediale, ma che è anche integrazione tra diverse funzioni cognitive, creative, immaginative e di elaborazione simbolica. Anche se Calvino non parla del multimediale, ma di una scrittura che visualizza, richiama la possibilità di

una integrazione tra un'elaborazione simbolica lineare della lettura e un'intelligenza di tipo visivo. Capacità e funzioni che si integrano nel linguaggio multimediale e che creano quella terza possibilità di cui si è accennato in precedenza.

Parte dell'ultima citazione è ripresa anche da Andrea Spila, nella già analizzata Guida Web Writing, per spiegare come la scrittura possa dare forma ad esperienze di tipo visivo che, nel linguaggio multimediale, è opportuno siano coerenti con l'ambiente grafico del sito.

### Molteplicità

"Quella che prende forma nei grandi romanzi del XX secolo è l'idea d'una enciclopedia *aperta*, aggettivo che certamente contraddice il sostantivo *enciclopedia*, nato etimologicamente dalla pretesa di esaurire la conoscenza del mondo rinchiudendola in un circolo. Oggi non è più pensabile una totalità che non sia potenziale, congetturale, plurima."

"Nei testi brevi come in ogni episodio dei romanzi di Gadda, ogni minimo oggetto è visto come il centro d'una rete di relazioni che lo scrittore non sa trattenersi dal seguire, moltiplicando i dettagli in modo che le sue descrizioni e divagazioni diventano infinite. Da qualsiasi punto di partenza il discorso s'allarga a comprendere orizzonti sempre più vasti, e se potesse continuare e svilupparsi in ogni direzione arriverebbe ad abbracciare l'intero universo."

*.... in Internet ogni pagina, ogni testo, ogni parola può aprirsi in mille direzioni diverse e portarci lontano, anche in luoghi sconosciuti e tutti da scoprire .... la nostra scrittura non contiene solo dati, informazioni, notizie ed idee, ma diventa un'interfaccia sottile tra il lettore e altri mondi di parole, un invito al viaggio di cui non si conosce mai la destinazione .... e molteplici sono le persone, le lingue e le culture che si affacciano e si incrociano sulle nostre pagine aperte sul mondo ....*

Ritorna il tema della scrittura che si fa ipertestuale, espressione di un pensiero che si fonda più sulle relazioni che sulle definizioni, di un pensiero pluriprospectico, multilineare, policentrico, che si muove "in mille

direzioni" nell'aspirazione ad abbracciare temi e problemi a livelli di complessità finora inesplorati. Parte degli stessi estratti vengono citati anche da altri autori.

Nell'home page del progetto Multiverso<sup>122</sup>( ), dopo il sottotitolo, "La multimedialità come risorsa epistemologica: verso una costruzione della conoscenza non lineare e multiprospettica", si riprende, dalla "molteplicità" di Calvino,

"Oggi non è pensabile una totalità che non sia potenziale, congetturale, plurima [...] chi è ciascuno di noi se non una combinatoria d'esperienze, di informazioni, di letture, d'immaginazioni? [...] Ogni vita è un'enciclopedia, una biblioteca, un inventario d'oggetti, un campionario di stili, dove tutto può essere continuamente rimescolato e riordinato in tutti i modi possibili".

Infine, Barbara Gasparini, ne *Gli spazi dell'ipertesto*, vede nella "molteplicità" «almeno due tendenze, secondo le quali si dipana il rapporto tra romanzo contemporaneo e ipertestualità»: la prima è centripeta e tende a condensare e a far convergere all'interno della scrittura un vasto insieme di rimandi e relazioni a numerosi spunti, sollecitazioni e microcosmi nell'ideale di una conoscenza aperta ed in continuo dialogo con il reale; la seconda è centrifuga e contempla la potenzialità del narrabile, del percorribile, delle opportunità attualizzabili<sup>123</sup>.

### Coerenza

*.... la sesta conferenza, quella sulla coerenza, Calvino non fece in tempo a scriverla, ma questo "valore" completa il breve esalogo dello scrittore online .... coerenza tra parole e contenuti, coerenza dello stile in tutto il sito, coerenza tra parole e immagini, ma anche coerenza come affidabilità, serietà e responsabilità, qualità che un medium anarchico,*

<sup>122</sup> Che contiene il già segnalato intervento di Massimo Pomi che individua nel pensiero di Morin diverse analogie con l'ipertestualità.

*Multiverso*, <<http://www.irre.toscana.it/multiverso/index.html>>.

<sup>123</sup> in Gianfranco Bettetini, *op. cit.*, pp. 43-44.

*libero e democratico come la Rete chiede a ogni vero scrittore ....  
business e non ....*

Coerenza come requisito indispensabile di una comunicazione pertinente fondata sul servizio al destinatario, al fine di guidarlo nell'esplorazione dei contenuti, di accompagnarlo in un ambiente progettato per la comprensione, di dargli il giusto ritmo dell'acquisizione delle conoscenze e delle competenze, dell'apprendimento.

Infine va segnalato un intero ipertesto, curato da Alessandro Lucchini sul sito [Webcontentmanagement.it](http://www.webcontentmanagement.it)<sup>124</sup>, dedicato interamente all'applicazione delle *Lezioni americane* alla scrittura on line: Lucchini organizza l'intervento suddividendo l'ipertesto in sezioni che corrispondono ai valori proposti da Calvino, a loro volta suddivise in sottosezioni che applicano ogni valore ad un elemento della scrittura per il web analizzato in dettaglio; ad esempio la sezione "Leggerezza" si suddivide in : "leggerezza delle immagini", "leggerezza dei paragrafi", "leggerezza per la usabilità", "leggerezza delle parole" e "leggerezza dello stile".

---

<sup>124</sup> Alessandro Lucchini, "Lezioni americane", in *Web Content Management*, <<http://www.webcontentmanagement.it/lezioni.htm>> giugno 2002.

### Scheda 3: **Caratteristiche del web writing**

Testi	Brevi, autonomi, indipendenti; un argomento per pagina
Paragrafi	Titolati, brevi e distanziati; un'idea per paragrafo
Capoversi	Distanziati, brevi (non più di tre frasi per capoverso)
Frase	Semplici, brevi, telegrafiche, non sintatticamente elaborate; preferenza per la paratassi; ordine naturale dei costituenti;
Gerarchia visiva	Chiara individuazione di titoli e sottotitoli (formattazione evidente), parole chiave (in grassetto), link (blu sottolineato) e delle diverse parti di testo (abstract, esempi, approfondimenti in box distinti graficamente dal resto della pagina)
Presentazione delle informazioni	Indici e sommari preliminari, elenchi puntati e numerati, sintesi finali
Struttura	Tecnica della piramide rovesciata applicata alle pagine, ai paragrafi, alle singole frasi
Stile	Necessariamente sintetico ma anche informativo, personale, informale, brillante e originale;
Retorica	Autoevidente: l'umorismo, l'ironia, le metafore e le altre figure retoriche devono cogliersi al volo e non strutturarsi su informazioni precedenti o distribuite nel corso del testo (che potrebbero essere state non lette)
Ritmo	Sincopato: frasi relativamente lunghe, ma sempre scorrevoli, alternate a frasi brevi e pregnanti
Termini	Termini semplici, pragmatici, significativi, precisi, descrittivi e non complicati, lunghi, e fortemente connotati o polisemantici; maggiore frequenza per i verbi piuttosto che per sostantivi, avverbi e aggettivi; verbi in forma attiva, positiva, preferenza per il modo imperativo e infinito; aggettivi non generici ma informativi

Punteggiatura

Preferenza per il punto, la virgola e i due punti; si tende a evitare il punto e virgola

## Conclusione

Le analisi che sono state condotte nei precedenti capitoli, attraverso gli sguardi paralleli di diverse discipline e di diverse prospettive, hanno cercato di rilevare un insieme di tendenze evolutive che si potrebbero ascrivere sotto la seguente suddivisione:

- Linguaggio;
- Comunicazione;
- Pensiero.

Il primo termine comprende quegli elementi dinamici che dovrebbero portare ad una trasformazione della scrittura a livello di superficie linguistica; il secondo, i mutamenti della consapevolezza comunicativa che dovrebbero ristrutturare obiettivi, valori e stili a livello macrotestuale; il terzo, quei cambiamenti di paradigma nel modo di pensare che si presume possano venire fedelmente rappresentati in testi ed ipertesti, sia a livello macrotestuale che di superficie linguistica.

### *Linguaggio*

Nell'analisi del corso *Come si scrive* si è visto come gli autori abbiano inaugurato la loro proposta formativa con un'approfondita trattazione delle differenze tra il canale orale e scritto della lingua italiana. In seguito si sono affrontati alcuni ipertesti dedicati al web writing, modalità di scrittura che, come si è affermato nell'Introduzione, pare acquisire alcune caratteristiche dell'oralità. I due approcci non si contraddicono in quanto, riprendendo l'opinione della Carrada<sup>125</sup>, la scrittura on line assume uno stile più vicino

---

<sup>125</sup> Vedi § *Una scrittura di ritorno?*; Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 52.



al dialogo, alla conversazione meditata ed accurata in cui le parole si scelgono con attenzione, ma senza che vi siano quegli inconvenienti dovuti alla sovrapposizione di progettazione ed esecuzione di cui parlano gli autori di *Come si scrive* a proposito delle imprecisioni del parlato.

Si è accennato inoltre all'esigenza di sintesi, che caratterizza (o dovrebbe caratterizzare) sia la scrittura on line sia la comunicazione nell'era di Internet e che sembra rafforzare la tendenza della scrittura ad assumere certe caratteristiche della cultura orale: se, come affermano gli esperti di usabilità, è il nuovo modo di leggere che condiziona il nuovo modo di scrivere, allora il nuovo modo di leggere, potrebbe essere opportuno ribadirlo, è determinato sia dalla difficoltà della lettura a video sia dalla vastità dell'offerta comunicativa, non solo della Rete.

Quindi, a differenza della cultura orale, è da parte autoriale che si pone il problema della comprensibilità dei testi e della loro capacità di rimanere impressi nella memoria.

Tutto questo, quanto alla definizione delle caratteristiche del nuovo tipo di scrittura, dovrebbe tradursi in:

- sintesi e brevità dei testi, dei paragrafi e delle frasi;
- struttura sintattica più semplice (paratassi piuttosto che ipotassi, "legge della vicinanza" tra i costituenti, senza l'aggiunta di incisi);
- chiara individuazione delle idee e delle informazioni su cui si costruiscono e si articolano i testi (piramide rovesciata, segnalazione delle parole chiave, capoversi distanziati, paragrafi titolati, qualificazione evidente delle diverse parti di testo tramite elenchi, box, elementi grafici,...);
- una terminologia semplice, significativa, pragmatica e non polisemantica, ambigua o eccessivamente connotata;

- una maggior frequenza dei verbi ed una preferenza per le forme verbali attive, per i modi imperativo ed infinito e per le frasi in forma positiva;
- una punteggiatura che predilige il punto e a capo, dosa la virgola, evita il punto e virgola e rivalorizza i due punti; punti esclamativi, punti di domanda e puntini di sospensione sono a discrezione della preferenza soggettiva dell'autore e dello stile più adatto ai diversi casi;
- uno stile informale e personale e, al di là dei vincoli sopra descritti, originale;
- una rinnovata volontà di comunicare con efficacia, coinvolgere, creare partecipazione o stimolare in direzione di un'azione concreta.

Per quanto riguarda un eventuale ritorno all'uso di formule va specificato più approfonditamente: l'esigenza di farsi ricordare ed identificare con incisività e chiarezza si può rilevare ad esempio nell'attenzione posta da vari autori sulla tagline<sup>126</sup>, frase stringata, posta vicino al titolo o al logo nella home page o nella barra di navigazione, che ha la funzione di sintetizzare e caratterizzare l'intera iniziativa di un sito. Tuttavia la richiesta di non utilizzare espressioni abusate ma anzi di muoversi in direzione di una maggiore originalità porterà sì ad un ritorno all'uso di formule (secondo una dinamica da tempo già presente nel mondo dello spettacolo, della pubblicità e dell'editoria) ma queste ultime saranno caratterizzate dal tentativo di non ripetersi ma anzi di colpire, stupire ed attirare l'attenzione proprio per la loro peculiarità, ingegnosità e audacia.

Accuse e timori riguardo ad un eventuale impoverimento della lingua (soprattutto del lessico) e delle capacità comunicative ritengo siano

<sup>126</sup> Steve Krug (*op. cit.*, pp. 103-108) e Luisa Carrada, "Tutto il sito in una sola tagline" in *Il mestiere di scrivere*, <<http://www.mestierediscrivere.com/testi/tagline.htm>>, 18/11/01.

infondate: le innovazioni stilistiche richieste dalla scrittura on line necessitano, come spero si sia potuto rilevare nel corso delle mie analisi, di ripetute elaborazioni e revisioni sui testi da pubblicare con l'obiettivo di rafforzarne la densità informativa, la comprensibilità, la significatività, il potere di trasmettere, nella maniera più pregnante, messaggi e contenuti.

Al lessico sarà quindi richiesto di essere innanzitutto il più preciso possibile<sup>127</sup>, senza indulgere però in variazioni o aggiunte non significative<sup>128</sup>; alla sintassi, di non diluire i significati con subordinate ed incisi, ma di concentrarli in frasi stringate e coordinate tra loro curando allo stesso tempo la scorrevolezza del testo e la continuità del procedere cognitivo (il che presuppone la lucida consapevolezza delle inferenze che possono venire sottintese nella coordinazione delle diverse frasi).

## *Comunicazione*

Per quanto riguarda l'ambito più ampio di quella che nell'introduzione ho definito, forse impropriamente, ristrutturazione del concetto di comunicazione, ci si riferisce ad almeno due tendenze in atto:

---

<sup>127</sup> La Carrada cita, a questo proposito, George Orwell, «Let the meaning choose the word» e Gustave Flaubert, «qualunque cosa vogliate dire c'è un solo nome per esprimerla, un solo verbo per darle vita, un solo aggettivo per descriverla». Luisa Carrada, *op. cit.*, p. 59.

<sup>128</sup> A questo proposito Lucchini cita invece Stephen King «Ci sono scrittori che cercano di aggirare la norma antiavverbio usando un sinonimo di "dire" pompato di steroidi. Il risultato è noto a tutti i lettori di pulp fiction o letteratura di largo consumo:

"Metti giù quella pistola, Utterson!", crocidò Jekyll.

"Non smettere più di baciarmi!" ansimò Shayna.

"Maledetto burlone!" ciangolò Bill.

Non fatelo. Pietà, oh, pietà. La miglior forma espressiva per chi parla è "disse"».

Alessandro Lucchini, "Lezioni americane" in *Web Content Management*,

<[http://www.webcontentmanagement.it/lezioni\\_esa\\_lin.htm#](http://www.webcontentmanagement.it/lezioni_esa_lin.htm#)> giugno 2002.

- un mutamento nell'atteggiamento comunicativo fondato sulla centralità del destinatario ed inteso come servizio destinato ad un utente percepito nel rispetto della sua individualità, piuttosto che come elemento anonimo di una massa indifferenziata;
- un rafforzamento di una capacità comunicativa generale che comprende l'integrazione delle capacità di elaborazione simbolica (proprie della lettura) e delle capacità di codifica visiva, riscontrabile sia nella varietà della formattazione (con i suoi livelli di gerarchia visiva) sia nella combinazione di elementi testuali, plastici e figurativi.

In riferimento al primo aspetto ho tentato innanzitutto di applicare la disciplina dell'usabilità web all'analisi dei siti e degli ipertesti; l'importanza della cura di quegli elementi che facilitano la navigazione e la lettura immediata non è sempre percepita dagli autori degli ipertesti presi in esame. Tuttavia, nelle mie analisi ed esplorazioni, ho rilevato accenni, forse ancora troppo timidi, che però segnano una differenza abissale tra siti ed ipertesti usabili e non usabili.

Presumo quindi che non possa che rafforzarsi la consapevolezza dei valori dell'usabilità e del servizio all'utente, per la semplice ragione che i siti che rispettano le linee guida ispirate a tali principi sono siti che funzionano, sono più accessibili e vengono fruiti.

Notevoli a questo proposito si sono dimostrati sia la concentrazione sulla riflessione intorno al destinatario della comunicazione nel corso *Come si scrive*, sia l'accuratezza con cui sono stati progettati e redatti, almeno dal punto di vista dell'usabilità, la *Guida Web Writing* e gli altri corsi, articoli ed ipertesti dedicati alla scrittura on line analizzati.

Tra i corsi di scrittura creativa invece emergono, sempre da questo punto di vista, quelli che si sanno adattare e strutturare come servizio

rivolto ad un utente specifico, nel rispetto delle sue esigenze soggettive ed individuali.

Attinente all'usabilità è anche il tema dell'integrazione tra competenze grafiche e testuali: nel creare un sistema coerente e funzionale agli obiettivi che fondano una pubblicazione on line, ci sarà sempre più bisogno, come afferma Luca Toschi<sup>129</sup>, di un regista multimediale che sappia coordinare i diversi linguaggi, sulla base di una strategia comunicativa globale ed in vista di un rapporto interattivo con l'utente.

Sono valide a questo proposito quelle pagine che sanno strutturarsi con diversi ed evidenti livelli di gerarchia visiva e che identificano chiaramente le diverse tipologie testuali che compongono lo stesso spazio (come nel caso della *Guida Web Writing*, l'esplicita individuazione di esempi, approfondimenti, link, sommari, abstract e sintesi finali).

La creazione insieme grafica e testuale di un ambiente virtuale, di uno spazio che verrà agito dall'utente, tramite la possibilità di un rapporto interattivo, che lo allontana dal tipico modello broadcast dell'oralità di ritorno riconferendogli la possibilità di intervenire nel contenuto della comunicazione (attraverso le modalità della navigazione e della dialogizzazione), determina inoltre l'assunzione di un insieme di caratteristiche che non sono riconducibili né alla cultura dell'oralità secondaria, né a quella tipografica, né a quella chirografica, bensì alla situazione contestuale e all'interazione comunicativa tipiche della cultura orale, favorendo forse un modo di procedere di tipo situazionale<sup>130</sup>.

---

<sup>129</sup> Luca Toschi, *op. cit.*, pp. LVII-LIX.

<sup>130</sup>

Vedi Pier Giuseppe Rossi, *Oltre la produzione scritta*, <[http://www.edulab.it/pgr/documenti/sc/sc2/sc\\_2.doc](http://www.edulab.it/pgr/documenti/sc/sc2/sc_2.doc)>.

Infine, tra quest'ultimo aspetto e quello che verrà trattato nel prossimo paragrafo, si situa il tema della gestione dei link: la progettazione ipertestuale impone che si definiscano con una certa coerenza e sicurezza quali sono le tipologie di relazione attivate da un link e che tali modalità di connessione concettuale vengano comunicate in maniera chiara ed evidente; tra queste diverse tipologie di relazione si possono elencare:

- link che instaurano relazioni di tipo logico (causale, alfabetico, cronologico, classificatorio, dal generale al particolare e viceversa,...);
- link che instaurano relazioni di tipo testuale (approfondimenti, documentazioni, esempi, rapporti argomentativi,...);
- link che instaurano relazioni di tipo associativo (sguardi alternativi, prospettive parallele, individuazione di analogie o di opposizioni,...).

Si può certo presumere che le caratteristiche intrinseche dell'ipertestualità favoriscano le connessioni di tipo associativo; il che ci riporta a considerare inevitabilmente l'ultima e più difficile questione: quali conseguenze possono seguire alla pratica di instaurare questo tipo di connessioni nell'ambito del rapporto tra mente e medium, in quanto tecnologia cognitiva o intellettuale.

## ***Pensiero***

Si è a volte dichiarato, nel corso delle diverse analisi, che la progettazione di un ipertesto sia in sé un'operazione di tipo complesso; Morin ci ricorda:

*Complexus* significa ciò che è tessuto insieme<sup>131</sup>; in effetti, si ha complessità quando sono inseparabili i differenti elementi che costituiscono un tutto (come l'economico, il politico, il sociologico, lo

---

<sup>131</sup> Il significato etimologico di *complexus* è quindi riconducibile a quello di *textus* (tessuto intrecciato).

psicologico, l'affettivo, il mitologico) e quando vi è tessuto interdipendente, interattivo e inter-retroattivo tra l'oggetto di conoscenza e il suo contesto, le parti e il tutto, il tutto e le parti, le parti tra di loro. La complessità è, perciò, il legame tra l'unità e la molteplicità.<sup>132</sup>

L'ipertestualità è un'operazione complessa in quanto strutturata da un insieme di elementi inseparabili che interagiscono vicendevolmente:

- l'insieme di più codici che tendono a significare sia in sé medesimi sia tramite le loro interazioni;
- l'insieme di tutti i testi e di tutti i collegamenti che si instaurano tra i testi;
- l'insieme di tutte le possibilità di lettura percorribili dall'utente.

Si ipotizza quindi che l'ipertestualità favorisca o renda pertinente la modalità di un pensiero complesso che si fonda sia sulle relazioni che sulle definizioni e che sviluppi quel tipo di «intelligenza generale capace di riferirsi al complesso» di cui parla Morin<sup>133</sup>.

A mio parere, un segnale, forse ancora debole, di questo è inferibile in quegli ipertesti che, attraverso la sintesi e la modularità dei testi, creano delle pagine indipendenti ed autonome, concentrate attorno ad un unico argomento forte (o addirittura ad un unico concetto o idea), pagine che si affiancano quasi sempre a delle modalità di navigazione che privilegiano connessioni pertinenti di tipo associativo; emergono in questo modo analogie insospettite che stupiscono sia per l'originalità sia per le implicazioni che sottacciano ma veicolano; un esempio di ciò, potrebbe essere rappresentato proprio dalla pagina "A lezione da Calvino", inserita come scelta ipertestuale in un percorso libero che ruota intorno al web

---

<sup>132</sup> Edgar Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, cit., p. 38.

<sup>133</sup> Ivi.

writing e che collega i valori veicolati nelle *Lezioni americane* alle necessità della scrittura on line. Le analogie tra questi ambiti sono infatti pertinenti, e sono state riprese e approfondite da molti autori; a mio parere, colpiscono ed interessano sia perché uniscono ambiti differenti e apparentemente non comunicanti sia perché la loro associazione è ricca di implicazioni che si aprono a questioni più grandi, come il linguaggio, la comunicazione ed il pensiero nel loro complesso, in quanto rispondono ad esigenze proprie della società e della cultura contemporanee.

Associare infatti le innovazioni stilistiche del web writing alle ambizioni del romanzo significa anche segnalare la possibilità di una trasformazione di quei principi (sovra-logici o paradigmi) che governano le modalità generali del pensare e del comunicare e che potrebbero rappresentare alcune delle aspirazioni latenti della società: forse, proprio quelle di un recupero e di una integrazione di alcune caratteristiche dell'oralità primaria<sup>134</sup> (la comprensibilità, la concretezza, il coinvolgimento, la partecipazione, il potere di creare effetti su chi ascolta, un certo modo di concepire l'insegnamento e la conoscenza<sup>135</sup> ed una preferenza per il procedere rapportandosi al contesto e attraverso associazioni che contemplano anche l'aspetto irrazionale<sup>136</sup>).

---

<sup>134</sup> Una frase di Luca Toschi suona categorica: "La multimedialità è un linguaggio dalle radici antiche. [...] Parliamo di un linguaggio che sembra proiettarsi nel futuro, ma che ha in realtà radici consolidate". Luca Toschi, "Iperstualità come tecnologia e linguaggio" in *Multiverso*, <[http://www.irre.toscana.it/multiverso/materiali/strumenti/sintesi\\_toschi\\_30\\_10.doc](http://www.irre.toscana.it/multiverso/materiali/strumenti/sintesi_toschi_30_10.doc)> 30/10/2000.

<sup>135</sup> Vedi, per quanto riguarda la visione della conoscenza, il § *Platone, il primo apocalittico*, p. 11.

<sup>136</sup> Le particolari modalità orali di costruire il racconto epico ed episodico e del richiamare a memoria le formule fisse intrecciandole tra loro in maniera non lineare, di volta in volta differente, a seconda dell'occasione o delle risposte dell'uditorio, hanno infatti evidenti analogie con la lettura ipertestuale.



Anche se ancora troppo deboli sono i segnali di tali evoluzioni è opportuno ricordare che ogni tecnologia cognitiva ha impiegato diverso tempo prima di favorire determinate modalità del pensiero e forme creative della mente e che tali evoluzioni dipenderanno soprattutto da quali pratiche si svilupperanno intorno alle nuove tecnologie.

Chiudo quindi instaurando un'ennesima connessione tra diverse citazioni di diversi autori, appartenenti a settori della cultura distanti tra loro, ma che si possono leggere appunto come riflessioni chiave della cultura contemporanea applicate all'ipertestualità, alla multimedialità, ovvero ad un modo di pensare che ci ha sempre accompagnato.

L'ambizione del pensiero complesso è quella di rendere conto delle articolazioni tra i settori disciplinari frantumati dal pensiero disgiuntivo [...]; quest'ultimo isola ciò che separa, e occulta ciò che collega, interagisce, interferisce. In questo senso il pensiero complesso aspira alla conoscenza multidimensionale.

Edgar Morin, *Introduzione al pensiero complesso*, p. 2

Da quando la scienza diffida dalle spiegazioni generali e dalle soluzioni che non siano settoriali e specialistiche, la grande sfida per la letteratura è il saper tessere insieme i diversi saperi e i diversi codici in una visione plurima, sfaccettata del mondo.

Italo Calvino, *Lezioni americane*, p. 110

In definitiva, la conoscenza non è un fenomeno di frazionamento ma di unificazione, è un perenne tentativo di armonia. Senza l'armonia, che è una condizione interiore, la psiche non è sana.

Walter J. Ong, *Oralità e scrittura*, p.106

## Bibliografia

- Barthes, Roland, *S/Z*, trad. di Lidia Lonzi, Torino, Einaudi, 1973
- Bettetini, Gianfranco, Barbara Gasparini, Nicoletta Vittadini, *Gli spazi dell'ipertesto*, Milano, Bompiani, 1999
- Bolter, Jay David e Richard Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, prefazione e cura di Alberto Martinelli, Milano, Guerini e Associati, 2002
- Bolter, Jay David, *Lo spazio dello scrivere. Computer, ipertesti e storia della scrittura*, trad. di Mario Groppo e Ilaria Grazzani, Milano, Vita e Pensiero, 1993
- Bolter, Jay David, *Lo spazio dello scrivere: Computer, ipertesto e la rimediazione della stampa*, prefazione di Fausto Colombo, trad. di Stefano Galli, Milano, Vita e Pensiero, 2002
- Bruni, Francesco e Tommaso Raso, *Manuale dell'italiano professionale. Teoria e didattica*, Bologna, Zanichelli, 2002
- Bruni, Francesco, Gabriella Alfieri, Serena Fornasiero, Silvana Tamiozzo Goldmann, *Manuale di scrittura e comunicazione*, Bologna, Zanichelli, 1997
- Bruni, Francesco, Serena Fornasiero, Silvana Tamiozzo Goldmann, *Manuale di scrittura professionale*, Bologna, Zanichelli, 1997
- Cadioli, Alberto, *Dall'editoria moderna all'editoria multimediale*, Milano, Unicopli, 1999
- Calvani, Antonio, *Dal libro stampato al libro multimediale. Computer e formazione*, Firenze, La Nuova Italia, 1990
- Calvani, Antonio, *I nuovi media nella scuola. Perché, come, quando avvalersene*, Roma, Carocci, 1999
- Calvino, Italo, *Lezioni americane: Sei proposte per il prossimo millennio*, Milano, Mondadori, 1993
- Caronia, Antonio, *Archeologie del virtuale. Teorie, scritture, schermi*, Verona, Ombre corte, 2001

- Carrada, Luisa, *Scrivere per Internet*, Milano, Lupetti-Editori di comunicazione, 2000
- Delany, Paul e George P. Landow, *Hypermedia and Literary Studies*, Cambridge, MIT Press, 1991
- Gadda, Carlo Emilio [frontespizio anonimo], *Norme per la redazione di un testo radiofonico*, Edizioni radio italiana, 1953. Rist. anastatica, 1989
- Genette, Gérard, *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Seuil, 1982
- Goody, Jack, *La logica della scrittura della scrittura e l'organizzazione della società*, trad. di Piero Arlorio, Torino, Einaudi, 1988
- Havelock, Eric, *La musa impara a scrivere. Riflessioni sull'oralità e l'alfabetismo dall'antichità al giorno d'oggi*, trad. di Mario Carpitella, Bari, Laterza, 1987
- Heim, Michael, *Electric language: a philosophical study of word processing*, Yale, Yale University Press, 1987
- Jacobelli, Gian Piero, *Scomunicare*, Roma, Meltemi, 2003
- Kerckhove (de), Derrick, *Brainframes : mente, tecnologia, mercato*, a cura di Bruno Bassi, Bologna, Baskerville, 1993
- Kerckhove (de), Derrick, *La pelle della cultura. Un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, a cura di Christopher Dewdney, trad. di Maria Teresa Carbone, Genova, Costa & Nolan, 2000
- Krug, Steve, *Don't make me think. Un approccio di buon senso all'usabilità web*, trad. di Matteo Brambilla, Milano, Hops libri, 2000
- Landow, George, *Ipertesto. Il futuro della scrittura*, a cura di Bruno Bassi, Bologna, Baskerville, 1993
- Landow, George, *L'ipertesto. Tecnologie digitali e critica letteraria*, a cura di Paolo Ferri, trad. di Viviana Musumeci, Milano, Mondadori, 1998
- Lévy, Pierre, *Il virtuale*, trad. di Maria Colò e Maddalena Di Sopra, Milano, Raffaello Cortina, 1997
- Lévy, Pierre, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, trad. it. di Maria Colò, Milano, Feltrinelli, 1996

- Lévy, Pierre, *Le tecnologie dell'intelligenza. L'avvenire del pensiero nell'era informatica*, trad. di Franco Berardi, Bologna, Synergon, 1992
- Losito, Gianni, *Il potere dei media*, Roma, La nuova Italia scientifica, 1994
- Lotman, Jurij Mihajlovic, *La semiosfera: l'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, trad. e cura di Simonetta Salvestroni, Venezia, Marsilio, 1985
- Lucchini Alessandro, *Business Writing. Scrivere nell'era di Internet*, Milano, Sperling & Kupfer, 2001
- Lughi, Giulio, *Parole on line. Dall'ipertesto all'editoria multimediale*, Milano, Angelo Guerrini e associati, 2001
- Lynch, Patrick e Sarah Horton, *Web: Guida di stile. Progettazione dei siti Web*, trad. di Giuliano Catani e Antonella Rivalta, Milano, Apogeo, 2001
- Manguel, Alberto, *Una storia della lettura*, trad. di Gianni Guadalupi, Milano, Mondadori, 1997
- Mattelart, Armand e Michèle Mattelart, *Storia delle teorie della comunicazione*, trad. di Franco Brigida, Milano, Lupetti, 1997
- McAlpine, Rachel, *Web Word Wizardry*, Ten Speed Press, 2001
- McQuail Denis, *Le comunicazioni di massa*, trad. di Luca Lazzari, Bologna, Il Mulino, 1994
- Montis, Ivana, *Le nuove professioni del Web*, Roma, Carocci, 2001
- Morelli, Roberto, *"è la stampa, bellezza"- Corso generale di tecnica giornalistica*, Trieste, Edizioni Lint, 1999
- Morin, Edgar, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, trad. di Susanna Lazzari, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2001
- Morin, Edgar, *Introduzione al pensiero complesso*, trad. di Monica Corbani, Milano, Sperling & Kupfer, 1993
- Morin, Edgar, *La testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, trad. di Susanna Lazzari, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2000

- Morin, Edgar, *Le idee: habitat, vita, organizzazione, usi e costumi*, trad. di Alessandro Serra, Milano, Feltrinelli, 1991
- Mucchi Faina, Angelica, *L'influenza sociale*, Bologna, Il Mulino, 1996
- Nelson, Theodor Holm, *Literary Machines 90.1. Il progetto Xanadu*, trad. di Valeria Scaravelli e Walter Vannini, Padova, Muzzio, 1992
- Nielsen, Jacob, *Web Usability*, trad. di Walter Vanini, Milano, Apogeo, 2000
- Olson, David, *Media and symbols. The forms of expression, communication and education*, Chicago, Chicago University Press, 1974
- Ong, Walter, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, trad. di Alessandra Calanchi, Bologna, Il Mulino, 1986
- Pallotti, Gabriele (a cura di), *Scrivere per comunicare*, Milano, Bompiani, 2001
- Postai, Sofia, *Siti che funzionano. Quando web design non significa disegni sul web*, Milano, Hops libri, 2001
- Postman, Neil, *Technopoly. La resa della cultura alla tecnologia*, trad. di Maddalena Lombardi, Torino, Bollati Boringhieri, 1993
- Rivoltella, Pier Cesare, *Teoria della comunicazione*, Brescia, La Scuola, 1998
- Toschi, Luca (a cura di), *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Apogeo, 2001
- Volli, Ugo, *Il libro della comunicazione. Idee, strumenti, modelli*, Milano, Il Saggiatore, 1994
- Wolf, Mauro, *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani, 1992

## Bibliografia Web

Ispirato dalle istruzioni della Carrada<sup>137</sup>, a loro volta tratte dalle indicazioni del professor Lorenzo Coveri dell'Università di Genova, che distingue una *webliografia* (pagine web) e una *sitografia* (siti internet), e dalle convergenze di diverse guide bibliografiche, segnalerò, quando reperibili:

per le pagine web (*Webliografia*),

<sup>137</sup> Luisa Carrada, "webliografia" in *Il mestiere di scrivere*  
<<http://www.mestierediscrivere.com/testi\fonti.htm>> 2/07/2000

- cognome e nome dell'autore, separati da una virgola
- titolo dell'articolo tra virgolette
- in + titolo del sito, o nome dell'organizzazione che lo gestisce (in corsivo)
- URL, completo di http e tra <> se citato in una pagina web
- data di pubblicazione, dell'ultimo aggiornamento o del copyright

per i siti, i portali e gli ipertesti (*Sitografia*), dato che la presentazione di tali documenti porta in primo piano l'opera piuttosto che l'autore (spesso non segnalato), indicherò invece:

- titolo del sito, portale, ipertesto (corsivo)
- a cura di + autore (nome e cognome), webmaster o organizzazione che lo gestisce
- in + titolo del sito o portale ospitante in corsivo se all'interno di altro sito o portale
- URL, completo di http e tra <>
- data di pubblicazione, dell'ultimo aggiornamento o del copyright

infine, per i documenti a stampa presenti in rete, le biblioteche digitali, le interviste on line (*Rassegna stampa e biblioteche on line*),

- titolo del sito, portale, ipertesto (in corsivo o tra virgolette se all'interno di altro sito o portale)
- a cura di + autore (nome e cognome), webmaster o organizzazione che lo gestisce
- in + titolo del sito o portale ospitante in corsivo se all'interno di altro sito o portale
- URL, completo di http e tra <> se all'interno di un altro sito o portale
- data di pubblicazione, dell'ultimo aggiornamento o del copyright
  - cognome e nome dell'autore, separati da una virgola
  - titolo dell'articolo, intervista o altro documento (in corsivo)
  - informazioni editoriali (secondo le regole convenzionali)
  - URL, completo di http e tra <>

La data dell'ultimo accesso da parte del compilatore è invece aggiornata al 5/03/2004.

## ***Webliografia***

Boscarol, Maurizio

“Scrivere per il Web”

in *Usabile.it*

<<http://www.usabile.it/032000.htm>> 27/12/2000

Calvani, Antonio

“L'impatto delle nuove tecnologie nei contesti di organizzazione dell'apprendimento a scuola”

in *IPRASE. Istituto provinciale per la ricerca, l'aggiornamento e la sperimentazione educativi*

<[http://www.iprase.tn.it/tecnologie/irst\\_iprase/materiale/relazioni/calvani.doc](http://www.iprase.tn.it/tecnologie/irst_iprase/materiale/relazioni/calvani.doc)>

Calvani, Antonio

“Nuove Tecnologie educative per la scuola”

in *Funzioni Obiettivo. Scuole in rete*

<[http://www.funzioniobiettivo.it/glossadid/multimediali/nuove\\_tecnologie.htm](http://www.funzioniobiettivo.it/glossadid/multimediali/nuove_tecnologie.htm)>

Calvani, Antonio

“Per quali ragioni, come e quando introdurre i nuovi media nella scuola”

in *Università degli Studi di Firenze. Corso di Laurea. Formatore Multimediale. Versione Online*

<<http://www.formed.unifi.it/materiali/multimedia/nuovimedia.doc>> 1996

Capotorto, Silvia

“Il quotidiano va sul web”

in *Broadcast & Video. Il settimanale della convergenza tecnologica*, n. 256

<<http://bv.diesis.it/256/servizio256.htm>> 6/11/2003

Cappello, Gianna

“Comunicazione, storia e cultura”

in *Università degli Studi di Palermo. Facoltà di Scienze della Formazione*

<<http://www.scienzeformazione.unipa.it/docenti/comstoriacultura.doc>> 2002/2003

Cavalli, Nicola

“I Generi Comunicativi del Web”

in *Librishop.it*

<[http://www.librishop.it/scritti\\_soc/tesi/Generi\\_Web\\_NCavalli1.pdf](http://www.librishop.it/scritti_soc/tesi/Generi_Web_NCavalli1.pdf)> febbraio 2002

Corti, Mirko

“Brainframes e intelligenza connettiva”

in *Notonlyusability: Comunicare consapevoli*

<<http://www.nousab.org/usabcreat/brainfr.html>> ©2000-2003

Di Donato, Francesca

“Oralità e scrittura”

in *Swif. Sito Web Italiano per la Filosofia*

<<http://www.swif.uniba.it/lei/personali/pievatolo/platone/ong.htm#up>> ©2000

Izzo, Pietro

“Content Design”

in *Pietroizzo*

<<http://www.pietroizzo.com/design/content.html>>

Parisi, Domenico

“Linguaggio, Computer, Apprendimento”

Istituto di Scienze e Tecnologie Cognitive - CNR

in *Atti multimediali del convegno TED2002*

<[http://www.ted-online.it/atti2002bis/ST/st01\\_2.htm#](http://www.ted-online.it/atti2002bis/ST/st01_2.htm#)> 1/03/2002

Pellizzi, Federico

“Configurare la scrittura. Ipertesti e modelli del sapere”

in *Bibliotime. Rivista elettronica per le biblioteche*

<<http://www.spbo.unibo.it/bibliotime/num-iii-1/pellizzi.htm>> marzo 2000

Pomi, Massimo

“Il progetto Multiverso: una ricognizione degli orizzonti pedagogici”

in *Multiverso. La multimedialità come risorsa epistemologica: verso una costruzione della conoscenza non lineare e multiprospettica*

<[http://www.irre.toscana.it/multiverso/pubblicazione\\_2002/orizzonti\\_pomi.doc](http://www.irre.toscana.it/multiverso/pubblicazione_2002/orizzonti_pomi.doc)>

15/03/2002

Rossi, Pier Giuseppe

“Oltre la produzione scritta”

in *Pier Giuseppe Rossi*

<[http://www.edulab.it/pgr/documenti/sc/sc2/sc\\_2.doc](http://www.edulab.it/pgr/documenti/sc/sc2/sc_2.doc)>

Santoro, Michele

“Esplorando il mondo 3”

in *E.S.Burioni. Ricerche Bibliografiche*

<<http://www.burioni.it/forum/santoro-mondo.htm#fn1>> marzo 1998

Striano, Maura

“Per un'educazione al pensiero complesso”

in *Swif. Sito Web Italiano per la Filosofia*

<[http://lgxserver.uniba.it/lei/sfi/bollettino/159\\_striano.htm](http://lgxserver.uniba.it/lei/sfi/bollettino/159_striano.htm)> 22/05/1999

Toschi, Luca

“Ipertestualità come tecnologia e linguaggio”

in *Multiverso. La multimedialità come risorsa epistemologica: verso una costruzione della conoscenza non lineare e multiprospettica*

<[http://www.irre.toscana.it/multiverso/materiali/strumenti/sintesi\\_toschi\\_30\\_10.doc](http://www.irre.toscana.it/multiverso/materiali/strumenti/sintesi_toschi_30_10.doc)>

30/10/2000



Vayola, Patrizia  
"Multimedialità e stili cognitivi"  
in *Università degli Studi di Verona*  
<<http://centri.univr.it/iperstoria/laboratorio5.htm>> 24/03/1998

Venturini, Pietro  
"Il medium è ciò che Ri-media"  
in *Hermes\_net 2002. Laboratorio teoretico telematico*  
<[http://filosofia.dipafilo.unimi.it/hermes/hermes\\_2002/testedit.php?cid=322](http://filosofia.dipafilo.unimi.it/hermes/hermes_2002/testedit.php?cid=322)> 2002

Vergineo, Gianni  
"Le vie del Sapere"  
in *Futuri possibili*  
<<http://xoomer.virgilio.it/srampone/vergineo.htm>>

Vinattieri, Serena  
"Scrivere per il Web"  
in *Caffè Europa*  
<<http://www.caffeeuropa.it/attualita03/159scrivere-serena.html>>

## ***Sitografia***

*Caffè Europa*  
a cura di Giancarlo Borsetti et al.  
<<http://www.caffeeuropa.it/index.html>> n. 246, 07/02/2004

*Come si scrive. Contributi per una didattica della scrittura*  
a cura di Tommaso Raso e Giovanni Acerboni  
<<http://www.scuola.com/comesiscrive/frsis.html>> © 2002

*Comuniconline. Per una nuova cultura della comunicazione*  
a cura di Alessandro Lucchini e Claudio Maffei  
<<http://www.comuniconline.it/>> gennaio 2004

*Cyrano.it*  
<<http://www.cyrano.it/index.htm>>

*GiampaoloSpinato.it*  
a cura di Giampaolo  
<<http://www.giampaolospinato.it/>> 9/10/2002

*Guida Web Writing*  
a cura di Andrea Spila  
<<http://www.html.it/webwriting/>> © 1997-2004

*HoldenLab*

a cura di Holden srl

<<http://www.holdenlab.it/home.htm>> 2003

*Html.it*

a cura di Html.it srl

<<http://www.html.it/>> © 1997-2004

*Il Mestiere di scrivere*

a cura di Luisa Carrada

<<http://www.mestierediscrivere.com>> aggiornato al 15/1/2004

*Ingresso di casa Palmieri*

a cura di Claudio Calmieri

<[http://it.geocities.com/claupalm/first\\_page.htm](http://it.geocities.com/claupalm/first_page.htm)> aggiornato al 14/01/2004

*Istituto Italiano di Cultura di Napoli*

<<http://www.istitalianodicultura.org/index.html>>

*La lineascritta.it*

a cura di Antonella Cilento

<<http://www.lalineascritta.it/>> aggiornato al 30/01/2004

*LTAonline – Didattica – Tecnologie dell’Istruzione –Diario di bordo  
aa’01-’02*

a cura di Roberto Maragliano

<[http://host.uniroma3.it/laboratori/Itaonline/didattica/didattica-diario/diario01\\_02/diario1.html](http://host.uniroma3.it/laboratori/Itaonline/didattica/didattica-diario/diario01_02/diario1.html)> aa 2001-2002

*Omero. Scuola di scrittura*

a cura di Paolo Restuccia

<<http://www.omero.it/home.htm>> 2004

*Pierluigi Adami*

a cura di Pierluigi Adami

<<http://www.pierluigiadami.it>> aggiornato al 18/12/2003

*Pietroizzo*

a cura di Pietro Izzo

<<http://www.pietroizzo.com/default.html>> aggiornato al 24/01/2004

*Roberto Cotroneo.com*

a cura di Roberto Cotroneo

<<http://www.robertocotroneo.com/index.htm>>

*Scrittura creativa – Guida di superEva*

a cura di Annamaria Manna

<[http://guide.supereva.it/scrittura\\_creativa/](http://guide.supereva.it/scrittura_creativa/)> © 1995-2004

*Scrivere all'Università. Italiano Professionale. Dispense del corso per formatori di italiano scritto e professionale*

a cura di Fabio Franceschini, Grazia Melli, Mirko Tavoni

in Università degli Studi di Pisa – Dipartimento di Studi Italianistici

<<http://www.humnet.unipi.it/ital/corsoscrittura/>> febbraio-maggio 1999

*Scrivere per le imprese*

<<http://www.scrivereperleimprese.it/home.htm>>

*Scuola di scrittura di Harriette Stanton Blatch*

a cura di Francesco Maria Gallo

<<http://art.supereva.it/scuolastanton.freeweb/index.htm?p>>

*Scuola di scrittura.com*

a cura di Andrea Di Gregorio

<<http://www.scuoladisrittura.com/scuola.html>>

*Scuola.com*

a cura dell'Istituto Geografico De Agostini

<<http://www.scuola.com/index.html>> © 2003

*Scuole di scrittura*

a cura Piera Passalacqua

in *Alice.it*

<<http://www.alice.it/writers/law.wri/sscrit.htm>> aggiornato al 29/01/2004

*Servizio d'italiano scritto*

a cura del S.I.S.

<<http://www.italianoscritto.com/index.htm>> aggiornato al 27/12/2003

*Stanislaonievo.it*

*La comunità letteraria diretta dallo scrittore Stanislao Nievo, con corso di scrittura, giochi, forum di letteratura*

a cura di Matteo Santiloni

<<http://www.stanislaonievo.it/home.php>> aggiornato al 22/01/2004

*Un posto per scrivere*

a cura di Luca Lorenzetti

<<http://www.scritturacreativa.com/>> aggiornato al 30/12/2003

*Uno stile di scrittura accattivante*

a cura di Expert System

<[http://www.microsoft.com/italy/office/previous/2000/content/expert/stile\\_scrittura/](http://www.microsoft.com/italy/office/previous/2000/content/expert/stile_scrittura/)>

© 2001

*Usabile.it*

a cura di Maurizio Boscarol

<<http://www.usabile.it/index.htm>> aggiornato al 27/01/2004

*Writing for the Web*

a cura di Jacob Nielsen et al.

<<http://www.sun.com/980713/webwriting/>> © 1994-2002

*Lezioni americane*

a cura di Alessandro Lucchini

in *Web Content Management*

<<http://www.webcontentmanagement.it/lezioni.htm>> giugno 2002

## ***Rassegna stampa e biblioteche on line***

“Rassegna Stampa”

a cura di Vittorio Bertolini

in *Swif. Sito Web Italiano per la Filosofia*

<[http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/swif\\_rs.htm](http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/swif_rs.htm)>

Babin, Pierre, *McLuhan: attenti, la fede passa dal video*, in "Avvenire", 29/01/2003

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/030129k.htm>>

Barone, Marianna, *Morin, dalla verità alla verità*, in "Gazzetta del Sud", 6/03/2002

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/020306.htm>>

Bertinetti, Roberto, *C'era una volta il cittadino, ora è un telespettatore. Un saggio di Postman sullo strapotere della televisione*, in "Il Messaggero", 2/02/2002

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/020202d.htm>>

editoriale, *Dalla pergamena alla scrittura per frammenti*, in "Il Giornale", 28/10/2000

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/001028a.htm>>

Fertilio, Dario, *Il villaggio celeste oltre la tv: l'ultima ipotesi di McLuhan*, in "Corriere della Sera", 11/02/2003

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/030211a.htm>>

Gorlier, Claudio, *Global-no global, McLuhan l'aveva detto*, in "La Stampa", 24/08/2001

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/010824a.htm>>

Lo Giudice, Santi, *Marshall McLuhan: «La luce e il mezzo»*, in "Brescia Oggi", 18/03/2003

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/030318b.htm>>

Trivelli, Pietro, *De Kerckhove: "L'anima del mondo è multimediale"*, in "Il Messaggero", 13/11/2000

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/001113.htm>>

Vecchi, Benedetto, *Io penso, dunque sono connesso*, in "Il manifesto", 30/07/2002

<<http://lgxserver.uniba.it/lei/rassegna/020730a.htm>>

*Biblioteca digitale*

a cura di MediaMente Rai Educational

<<http://www.mediamente.rai.it/biblioteca/>>

“Eccoci nell'era delle psicotecnologie”

Intervista a Derrick de Kerckhove, 20/09/98

<<http://www.mediamente.rai.it/biblioteca/biblio.asp?id=109&tab=int>>

“Due filosofi a confronto. Intelligenza collettiva e intelligenza connettiva: alcune riflessioni”

Intervista a Derrick de Kerckhove e Pierre Lévy, 27/03/98

<<http://www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/d/deker05.htm>>

"La grande potenza del testo quando diventa ipertesto"

Intervista a George P. Landow, 26/11/1997

<<http://www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/l/landow02.htm>>

*Tecalibri*

a cura di Renato di Stefano

settembre 1999

<<http://web.infinito.it/utenti/t/tecalibri/PrimaPagina.htm>>