

Notizie a portata di web

La versione on-line del Corriere della Sera, nata nel "lontano" 1999, si è sempre distinta grazie a uno stile molto personale: contenuti estremamente curati e sempre aggiornati in tempo reale, grafica piacevole e funzionale, impaginazione ottimizzata per una lettura veloce. Di recente, però, l'interfaccia ha iniziato a risentire delle scelte di marketing della RCS (il gruppo Rizzoli Corriere della Sera). La testata della home page, per esempio, invece di ospitare la navigazione tematica (CRONACHE, POLITICA, ECONOMIA, INTERNI, SPETTACOLI e così via), che è alla base dell'ar-

chitettura dell'informazione di un sito di notizie, pubblicizza servizi esterni e interni che, "usabilmente" parlando, dovrebbero trovarsi altrove. A parte questo, l'informazione è bene organizzata. La zona alta della home page è divisa in tre colonne: al centro le notizie di primo piano, a sinistra gli strilli degli Speciali, a destra un discutibile ticker in cui scorrono le notizie dell'ultim'ora.

Relegati in un'area decisamente meno visibile, posta al di sotto di un banner fuori standard, troviamo poi gli strilli delle ultime notizie dei diversi canali, le rubriche, i servizi

interattivi e quelli a pagamento.

Il codice HTML del sito è pulito ma non è conforme alle norme W3C né a quelle WAI, e non esiste purtroppo una versione accessibile del sito. Il layout è rigido, ottimizzato per una risoluzione di 800x600. La visualizzazione è buona sia su pc che su Mac (IE, NS e Opera), con qualche piccola imprecisione grafica. Una curiosità: mentre scriviamo questo articolo, Corriere.it batte la notizia della cattura di Saddam Hussein. Chi ha bisogno della CNN? - *Elisabetta Vernier*

Il nostro giudizio: ●●●●○

9 La notizia in primo piano è sempre corredata da un'immagine scelta e "tagliata" con cura.

1 Al posto dei Canali, la testata contiene vari link di collegamento a servizi e siti esterni.

2 I titoli dei Canali sono chiaramente dei pulsanti "riciclati" dalla barra della testata.

3 La home page contiene un banner animato sottile, non standard ma che disturba poco.

4 Le notizie che scorrono sono poco efficaci e non sono amate dagli utenti web: se non si fa in tempo a leggerne una, infatti, occorre aspettare il prossimo giro.

5 La metafora della linguetta è ingannevole: cliccando su Gazzetta.it non cambiano le news ma si apre una nuova pagina.

6 La posizione standard per la Ricerca non è in testata, ma su una delle colonne di spalla, come nelle pagine interne.

The screenshot shows the Corriere della Sera website home page with several usability annotations:

- 1**: Points to the navigation menu (MILANO, SOLDI & BORSA, LAVORO, etc.) which contains various links to external services and sites.
- 2**: Points to the channel titles (Regali hi-tech, Auguri da Barney, etc.) which are recycled from the navigation bar.
- 3**: Points to a subtle animated banner at the bottom of the page.
- 4**: Points to the scrolling news items, which are noted as being ineffective and not liked by web users.
- 5**: Points to the 'Gazzetta.it' link, which is noted as being misleading as it opens a new page instead of changing the news.
- 6**: Points to the search bar, which is located in a side column rather than the standard top position.
- 7**: Points to the channel names (CRONACHE, POLITICA, etc.) which are noted as being effective and reminiscent of newspaper language.
- 8**: Points to a news item about Saddam's capture, which is noted as having a clear link between the text and the image.
- 9**: Points to the main headline about the Vatican and Lauryn Hill, which is noted as being accompanied by a well-chosen and cropped image.

7 I Canali hanno un naming efficace, che ricalca il consueto linguaggio dei quotidiani. Questo rende tutto più comprensibile.

8 Non esiste una codifica chiara dei link: tra testo semplice, testo sottolineato nero o rosso e roll-over bianco giallo non è mai chiaro cos'è cliccabile e cosa no.