
Parte quarta

Oltre la parola scritta

La rivoluzione digitale: ipertesti e multimedialità

Internet: il più grande ipertesto noto

*Non è che si esprima niente, scrivendo.
Si costruisce un'altra realtà, che è parola.*

Cesare Pavese

La rivoluzione digitale: ipertesti e multimedialità

Interi biblioteche contenute in un dischetto; e musei, enciclopedie, repertori di ogni genere: un click sulla tastiera mi porta in un batter d'occhio alla pagina che sto cercando, alla foto, al film, alla canzone che voglio ascoltare. Tutto su un pezzo di plastica di pochi grammi, in pochi centimetri, a poco prezzo. Troppo bello per essere vero: eppure lo è.

Questo piccolo disco si presta in modo eccellente anche alla presentazione di società, prodotti o servizi, cataloghi merceologici, o ai supporti didattici (enciclopedie, corsi di lingua e di formazione aziendale, etc.).

Stiamo parlando del CD-ROM (*compact disk - read only memory*) che - insieme con gli altri supporti multimediali (Intranet, le cosiddette “reti aziendali”, Internet, o semplicemente il proprio hard disk) - sposta ora il nostro ragionamento dalla pagina allo schermo del computer.

Dalla pagina allo schermo

Non si tratta semplicemente di trasferire su un altro supporto il nostro documento, ma proprio di elaborare un documento nuovo, che segue logiche in buona parte diverse.

Cambia la struttura del testo, e cambia il modo di organizzarlo, in virtù della creazione di ipertesti (*oltre il testo*).

Il primo errore da evitare, dunque, nell'accingersi a comporre un documento ipertestuale, è proprio riproporre la formula del testo scritto cartaceo per un ipertesto multimediale.

Un consiglio: lo schermo del computer non ha il formato "A4"; è quindi opportuno comporre testi *corti* (cioè con un minor numero di righe rispetto al foglio di carta), per consentirne una più agevole lettura.

Le potenzialità che il mezzo offre in termini di quantità e di qualità sono notevoli: il supporto multimediale classico (CD) può contenere molte più informazioni di un volume cartaceo - circa l'equivalente di 16.000 cartelle dattiloscritte - e soprattutto informazioni multimediali (foto, disegni, animazioni, filmati, musiche, parlato).

Certo, il computer non offre il piacere della lettura, come un libro, ma il lettore dispone di una serie di opzioni che l'agevolano molto: è possibile, per esempio, cercare e trovare in modo puntuale e veloce tutto quello che interessa.

A patto che si possa operare in modo semplice e veloce, il che significa trovare ciò che cerchiamo in meno di dieci secondi o con meno di tre passaggi. Significa anche poter tornare comodamente alla pagina principale; utilizzare gli *item* (cioè le parole chiave che rimandano a un approfondimento), senza doversi spostare ulteriormente; capire dalle prime righe o a colpo d'occhio se ciò che compare davanti ai nostri occhi ci interessa o meno, e stampare ciò che vogliamo, nel momento in cui decidiamo di farlo.

Apprezzeremo molto anche il poter accedere a un *help contestuale* (come suggerisce il termine: un *tasto aiuto* visualizzato sulla pagina) che ci consente di ottenere immediatamente, con un solo click, maggiori informazioni in relazione all'argomento, senza dover vagare per il testo.

In un testo scritto, inoltre, spesso è necessario ridefinire parole o concetti che sono stati già citati (e definiti) magari molte pagine prima, per non costringere il lettore ad affannarsi nella ricerca.

Con un ipertesto, invece, è sufficiente creare un *link* (un *collegamento*, quella parola evidenziata in colore diverso, cliccando sulla quale si accede all'ipertesto) col quale arrivare a un glossario o alla pagina in cui il concetto o la parola sono stati spiegati.

Una volta eseguita una ricerca, il lettore deve avere una stima della

bontà degli *item* trovati (le parole chiave che rimandano agli argomenti) e poterli vedere con un solo click. Ciò significa che il risultato della sua ricerca non deve dirgli: «vai al capitolo II», ma deve dargli la possibilità di andarci direttamente con un click del mouse.

Come si fa tutto questo?



Guida "in linea" basata su parole chiave tratta dall'opera multimediale Il Seicento, di Umberto Eco, editrice Opera Multimedia.

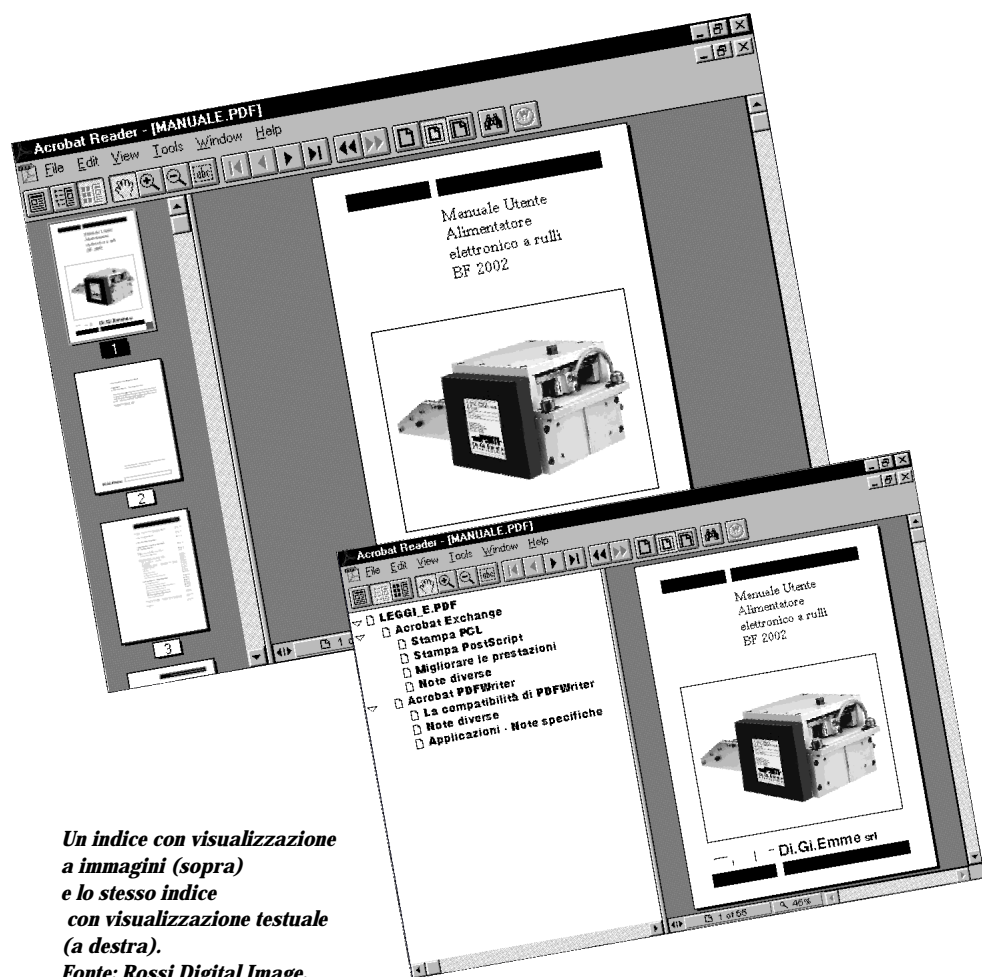
Il valore degli indici

Su CD-ROM si possono costruire due tipi di documenti:

- 1) una raccolta di documenti
- 2) un ipertesto, cioè - per dirla con Negroponte, il massimo esperto mondiale di comunicazione digitale - un insieme di «testi altamente interconnessi o informazioni tra loro collegate».

Nel primo caso si usa il CD solo come supporto. Il CD è molto capace, lo riempio con tutti i miei documenti e metto un semplice indice che

mi permetta di saltare da un documento all'altro in modo organico. Il procedimento di acquisizione del documento può avvenire attraverso uno scanner dotato di un software OCR (un programma capace di riconoscere i testi e di trattarli come tali, non come immagini) con l'ausilio di dizionari contestuali (che affrontano linguaggi specifici per argomenti specifici) e un sistema di gestione documenti (come Acrobat, FrameMaker, FolioView, ecc.) in grado di gestire testi in maniera com-



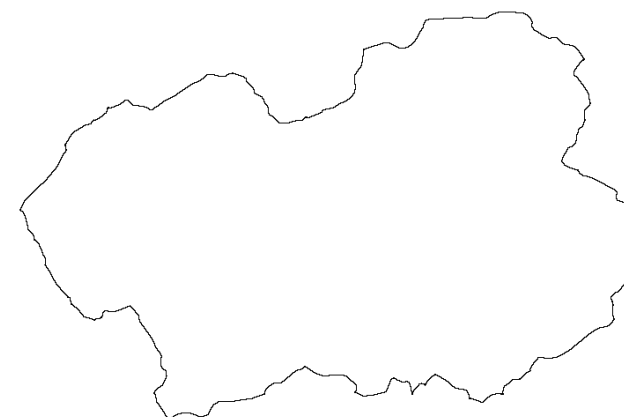
Un indice con visualizzazione a immagini (sopra) e lo stesso indice con visualizzazione testuale (a destra).

Fonte: Rossi Digital Image.

plexa, con la creazione di indici (anche per intere biblioteche).

Nel secondo caso, cioè la creazione di un ipertesto, il testo va completamente ristrutturato e riorganizzato per sfruttare tutte le potenzialità di cui abbiamo detto. In un libro, i paragrafi, le pagine e i capitoli si susseguono secondo un ordine preciso e immutabile. Un documento digitale, invece, ha una struttura *a grappolo*: si possono ordinare in modo diverso blocchi di informazioni, espandere frasi, trovare immediatamente i significati di certe parole nel testo. Queste sono operazioni che può eseguire l'autore stesso mentre prepara il documento, o anche dopo averlo preparato, oppure il lettore, per fruirne in modo del tutto libero.

La logica ipertestuale, a dire il vero, ha invaso anche i giornali: spingendo oltre i limiti abituali la relazione tra articolo principale e pezzo di approfondimento (i cosiddetti *box*, o *finestre*), la necessità di frequenti rimandi ha convinto alcune redazioni a sperimentare una sorta di costruzione ipertestuale, che facilita la lettura e la comprensione, con l'ovvio limite, però, imposto dalla struttura fissa della pagina. Ecco un esempio.



Uno stralcio di "Prospettive Flash", la newsletter de La Previdente Assicurazioni, impaginata con una logica di ispirazione ipertestuale.

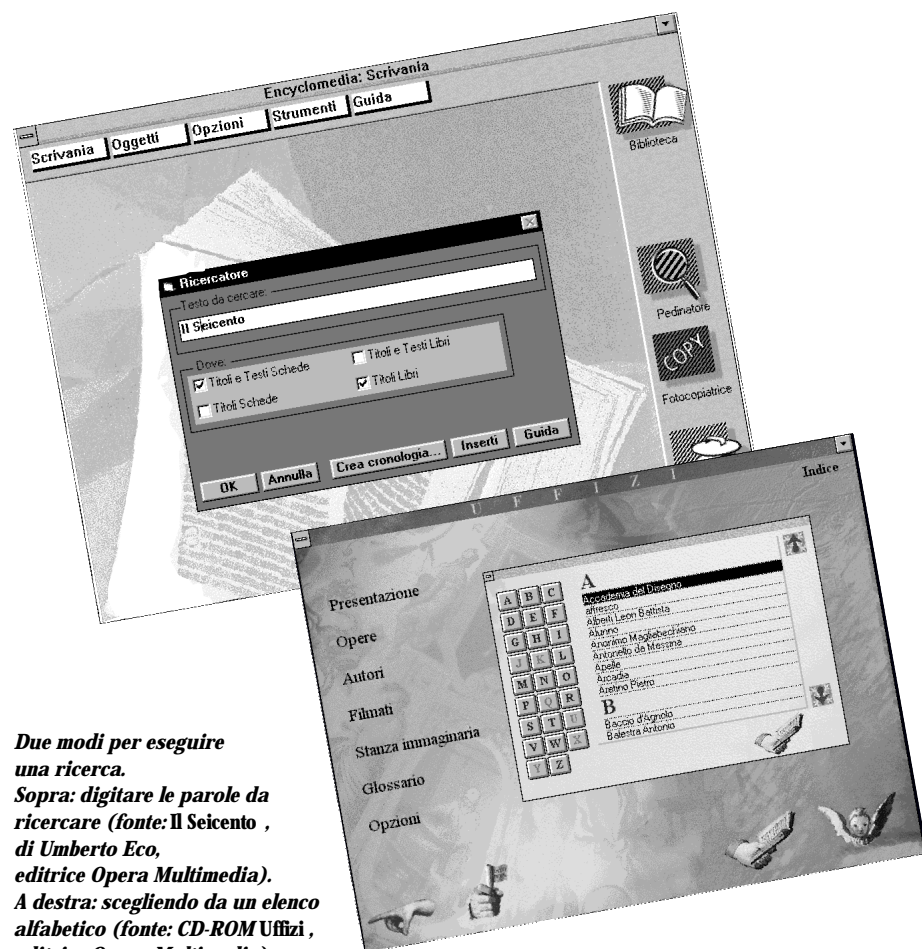
Ma torniamo ai nostri due tipi di documenti (raccolte di documenti o ipertesti): in entrambi i casi è necessario predisporre un sistema per la creazione di indici da concepire su diversi livelli: possiamo decidere di utilizzare l'indice con una semplice funzione di ricerca, per permettere al lettore di individuare nel testo ogni *occorrenza* della parola evidenziata (tutti i *luoghi* del testo, cioè, nei quali *ricorre* la parola chiave); in questo modo possiamo trovare anche *occorrenze* che inizialmente non

erano state previste e utilizzare il documento per scopi non noti a priori.

È una soluzione semplice e veloce, a patto che si disponga di tecnologia e potenza di calcolo adeguate.

D'altro canto può accadere di trovare anche *occorrenze* poco significative, poiché il sistema non è selettivo, né in grado di trovare sinonimi.

Una possibile alternativa è rappresentata dalla costruzione di dizionari di ricerca con parole chiave e sinonimi: la ricerca è più facile e più veloce, gli *item* trovati sono già in qualche modo scremati e selezionati.



Due modi per eseguire una ricerca.

Sopra: digitare le parole da ricercare (fonte: *Il Seicento*, di Umberto Eco, editrice Opera Multimedia).
A destra: scegliendo da un elenco alfabetico (fonte: *CD-ROM Uffizi*, editrice Opera Multimedia).

Oltre ai sinonimi possiamo aggiungere dizionari contestuali (un linguaggio specifico relativo a un argomento ben preciso) e *criteri di vicinanza* - che si tratti di parole o di temi *vicini* per significato - per le ricerche.

A un livello più complesso, che richiede un lavoro di preparazione decisamente più impegnativo, possiamo *marcare* i testi e le parole da trovare e associarle a dizionari di ricerca, contestuali e con sinonimi.

Scrivere e organizzare un ipertesto

La sintesi è sempre premiante. Abbandoniamo i lunghi discorsi introduttivi e suddividiamo il testo in brevi paragrafi (una-due schermate).

La vista si stanca in fretta sullo schermo: anche il carattere tipografico va quindi scelto tra i più leggibili e riposanti. Utile far precedere le parti descrittive da un *abstract* (un riassunto che consenta al lettore di capire se queste gli interessano o no), esemplificandole magari anche con immagini, sfruttando così gli elementi multimediali a disposizione.

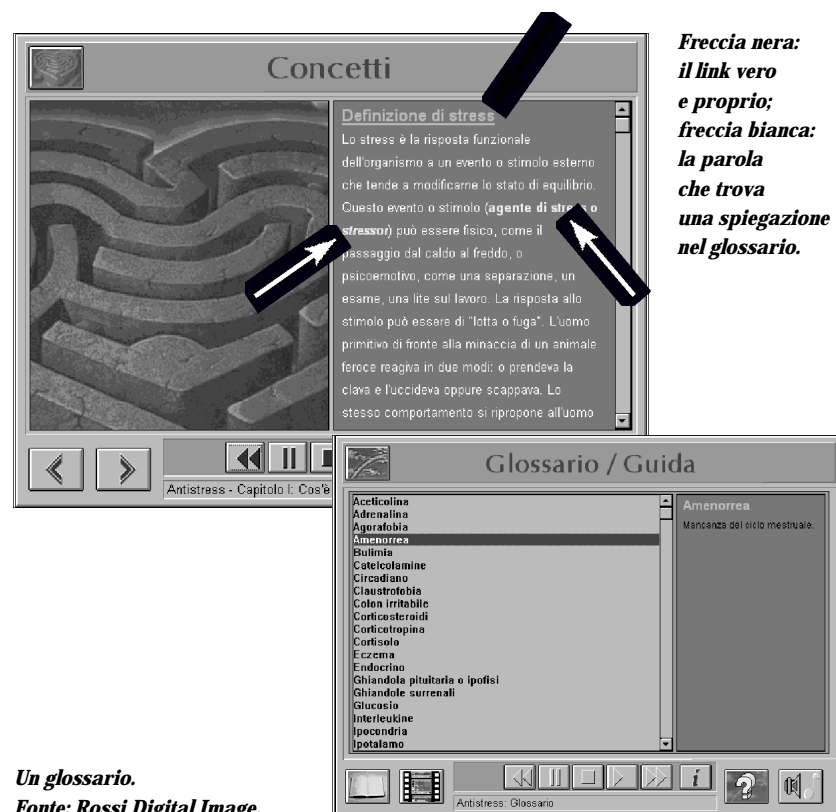
L'ipertesto, dunque, comporta una vera rivoluzione dell'abituale percorso di lettura del testo. Ma attenzione a non abusarne: evitare, per esempio, di porre con i vari *link* riferimenti circolari o percorsi tortuosi.

Così.



Un errore da evitare: i link circolari, ossia i finti approfondimenti che tornano al punto di partenza, percorsi inutili e tortuosi che irritano il lettore.

Troppi *link* disturbano anche il lettore più paziente. Per non correre questo rischio si possono evidenziare in un modo le parole che troveranno una spiegazione nel glossario (da allegare) e in modo differente quelle parole che sono *link* veri e propri all'interno del testo, e che rimandano a ulteriori capitoli di approfondimento. Per esempio, così.



Per facilitare l'orientamento e il percorso attraverso il documento è essenziale corredare la pagina di un sistema di navigazione di base: una *interfaccia* uniforme - gli elementi grafici presenti sempre sulla schermata in qualsiasi *luogo* del documento - con gli stessi comandi, presente ovunque (es: *pagina precedente/successiva*, *indice capitoli*, *help*, *home page*, *search*, *print*, *exit*).

Un'ultima osservazione: abbiamo esordito citando tra i supporti per un progetto multimediale il CD-ROM; ma, vale la pena ripeterlo, questi documenti possono trovarsi anche su hard-disc, o essere immessi in Internet. Qualora si prevedano aggiornamenti, è bene determinare prima quale supporto utilizzare: per Internet non è un problema, per il CD si può prevedere un aggiornamento o via Internet o con floppy disc.

Oggi i prodotti multimediali sono per lo più prodotti di largo consumo su CD-ROM: 5 miliardi di bit è la capacità attuale di un disco, cioè l'equivalente di circa cento volumi di classici, o anche cinque anni di letture persino per chi riesce a leggere un paio di romanzi la settimana, come spiega Negroponte nel libro "Essere digitali" (Sperling & Kupfer). Il professore del MIT, Massachusetts Institute of Technology, fa però notare che in futuro questa capacità sarà insignificante se confrontata con lo sconfinato bagaglio di informazioni disponibili via Internet, quando cioè la multimedialità non si baserà più su un pezzo di plastica, ma sarà costruita sulla piattaforma sempre più ampia di sistemi in linea, la cui capacità è illimitata. Avremo così documenti nei quali *approfondimento* ed *estensione* non saranno più in alternativa, ma saranno presenti fianco a fianco, grazie alla possibilità di saltabeccare ovunque con un colpo di mouse.

Casa e ufficio più vicini

Si è cercato di evidenziare brevemente in questo capitolo le caratteristiche di questo particolare tipo di "scrittura": tra virgolette, proprio perché con le tecnologie digitali saltano i tradizionali canoni della comunicazione scritta, e si aprono scenari nuovi del tutto rivoluzionari. Una rivoluzione, a dire il vero, che è già presente, che fa già parte della vita quotidiana - basti pensare alla vertiginosa crescita dell'editoria multimediale - e che presto diventerà bagaglio culturale comune.

Certo, per elaborare un documento multimediale occorre oggi affidarsi a un esperto informatico capace di utilizzare le nuove tecnologie e il software necessario: da parte nostra dobbiamo però impadronirci, prima che delle tecniche, della cultura minima necessaria a comprendere le potenzialità che l'era digitale porta con sé e che sono responsabili del grande cambiamento in atto sulle nostre scrivanie e nelle nostre case: due luoghi destinati a non essere più tanto distinti, grazie al diffondersi del telelavoro. Ma questa è ancora un'altra storia.