
Cos'è l'architettura dell'informazione

Noi diamo una forma ai nostri edifici: in seguito essi modellano noi.

—Winston Churchill

Gli edifici stimolano qualcosa del nostro animo. Sia che siamo esperti di architettura o persone con interessi comuni, comunque veniamo coinvolti emotivamente dalle strutture fisiche di cui abbiamo esperienza nel corso della vita. Ogni edificio ha un differente scopo: un caffè affollato con pavimento in legno e larghe finestre su una via principale è il posto ideale per un veloce incontro a colazione; un grattacielo in vetrocemento con il suo alternarsi di pareti mobili e uffici racchiude i suoi abitanti in un ambiente di lavoro che emana energia ed induce alla collaborazione; un bar scuro e fumoso con soffitti in lamiera e pareti in pietra viva rappresenta un'oasi nel turbine della vita moderna. Infine, una cattedrale medievale in stile gotico decorata con sculture in granito, vetrate colorate e guglie che si protendono verso il paradiso ci fa provare un'esperienza che al contempo atterrisce ed ispira. Ogni edificio serve esclusivamente al suo scopo specifico. Architettura, design, costruzione, arredamento, abitanti e collocazione sono tutti elementi che giocano un ruolo preminente nel definire l'esperienza globale. Tutti gli elementi devono collaborare. Negli edifici ben riusciti, l'insieme è maggiore della somma delle sue singole parti.

Perché iniziare un libro sui siti web parlando di edifici? Perché l'analogia con l'architettura è uno strumento potente per comprendere la natura complessa e multidimensionale degli spazi dell'informazione. Come gli edifici, anche i siti web possiedono una architettura con la quale interagiamo. Alcuni siti web sono dotati di una struttura logica che ci aiuta a trovare le risposte e portare a termine gli obiettivi. Altri mancano di una qualsiasi intelligibile organizzazione e frustrano i nostri tentativi di navigare al loro interno: non siamo in grado di trovare i prodotti che cerchiamo; non siamo in grado di ritrovare la relazione che avevamo visto la settimana precedente; ci siamo persi in un carrello della spesa online. Questi siti ricordano edifici malamente realizzati: case con tetti che gocciolano, cucine anguste, grattacieli per uffici con finestre che non si aprono, aeroporti simili a labirinti con segnaletica ingannevole.

Cattivi edifici e cattivi siti web condividono la stessa radice architettonica. In primo luogo, molti architetti non abitano nelle strutture che hanno progettato. Non comprendono a pieno le esigenze dei clienti e non patiscono le conseguenze a lungo termine di scelte sbagliate. Inoltre, è obiettivamente difficile realizzare delle strutture che resistano al test del tempo. I cambiamenti sono necessari, le sorprese la regola. Il desiderio di stabilità deve essere compenetrato con il valore della flessibilità e della scalabilità. Gli architetti devono spesso fronteggiare requisiti complessi, obiettivi contrastanti ed elevati livelli di ambiguità. Trasformare questo caos in ordine è un compito estremamente difficile e richiede una visione ed un senso della prospettiva non comune. Tuttavia, come designer di siti web, non dobbiamo restare intrappolati nella metafora dell'architettura degli edifici. Nel seguito del libro tratteremo anche di ecologia dell'informazione, economia della conoscenza, biblioteche digitali e comunità virtuali. Apprenderemo ciò che ci è utile da ogni analogia, scartando il superfluo.

Definizione

Siete nuovi del settore e vi state domandando: che cos'è esattamente l'architettura dell'informazione (per gli amici, IA)? Questo paragrafo fa al caso vostro.

ar . chi . tet . tura del . la in . for . ma . zio . ne

1. La combinazione di organizzazione, categorizzazione e schemi di navigazione all'interno di un sistema di informazioni.
2. Il design strutturale di uno spazio informativo atto a facilitare l'esecuzione dei compiti e l'accesso intuitivo ai contenuti.
3. L'arte e la scienza della strutturazione e classificazione dei siti web e delle intranet per assistere gli utenti a trovare e gestire le informazioni.
4. Una disciplina emergente ed un gruppo di pratiche focalizzate a portare i principi del design e dell'architettura nel paesaggio digitale.

Una semplice definizione? Qualcosa di breve e rapido? Poche parole che catturino succintamente l'essenza e la portata del campo d'azione dell'architettura dell'informazione*? Continuate a sognare! La ragione per cui non è possibile fornire una definizione singola, efficace e valida in ogni contesto aiuta a comprendere perché sia così difficile realizzare siti web ben fatti. Si tratta di una sfida inerente il linguaggio e la comunicazione. Nessun documento può rappresentare pienamente ed accuratamente il significato desiderato dal suo autore; nessuna etichetta o definizione cattura in pieno il significato di un documento e non troverete due lettori che percepiscano o comprendano un documento, una definizione, una classificazione nello stesso identico modo. La relazione tra le parole, nella migliore delle ipotesi, è ingannevole†.

* Nel seguito del libro per definire l'architettura dell'informazione verrà utilizzato anche l'acronimo IA

† Per una prospettiva umoristica su quanto possa essere ingannevole la lingua inglese, vedi *The Mother Tongue: English & How It Got That Way* di Bill Bryson.

Interrompiamo questa dissertazione filosofica improvvisata e concentriamoci sui concetti essenziali per ampliare le nostre definizioni con approfondimenti sui concetti di base dell'architettura dell'informazione.

Informazione

Utilizziamo il termine *informazione* per distinguere l'architettura dell'informazione dai dati e dalla gestione delle conoscenze. I dati sono fatti e cifre. I database relazionali sono altamente strutturati e producono specifiche risposte a domande specifiche. La conoscenza è ciò che sta nella testa della gente. I gestori della conoscenza sviluppano strumenti, processi ed incentivi per incoraggiare la gente a condividere tali conoscenze. L'informazione risiede in una confusa area intermedia. Con i sistemi informativi, spesso non esiste una singola risposta "giusta" ad una data domanda. Siamo interessati all'informazione in tutte le sue forme e dimensioni: siti web, documenti, applicazioni software, immagini e molto altro. Siamo anche interessati ai *metadati*, il termine utilizzato per descrivere e rappresentare i contenuti quali documenti, persone, processi ed organizzazioni.

Strutturazione, Organizzazione e Catalogazione

L'ambito d'azione naturale degli architetti dell'informazione. La strutturazione implica la determinazione degli appropriati livelli di granularità* degli "atomi" di informazione del vostro sito e il decidere come correlarli. L'organizzazione riguarda il raggruppamento di quei componenti in categorie significative e distinte. Classificazione significa definire le categorie e la serie di collegamenti ipertestuali che condurranno ad esse.

Reperibilità e Gestione

La reperibilità è un fattore critico di successo in termini di usabilità globale. Se gli utenti non riescono a trovare ciò che cercano attraverso una qualche combinazione di navigazione, ricerche ed interrogazioni, il sito è un fallimento. Un design centrato sugli utenti tuttavia non è sufficiente: anche le organizzazioni e le persone che gestiscono le informazioni sono importanti. Un'architettura dell'informazione ben progettata deve bilanciare le esigenze degli utenti con gli obiettivi del business. Un'efficiente gestione dei contenuti e politiche e procedure chiare sono essenziali.

Arte e Scienza

Discipline come l'ingegneria dell'usabilità e l'etnografia ci aiutano a portare il rigore del metodo scientifico nell'analisi dei bisogni degli utenti e dei loro comportamenti nella ricerca delle informazioni. Le tecniche per lo studio degli schemi di comportamento degli utenti migliorano continuamente e di conseguenza migliorano i nostri siti web. Tuttavia, la pratica dell'informazione dell'architettura non potrà mai essere ridotta a numeri; in essa c'è troppa ambiguità e complessità. Gli architetti dell'informazione devono fare affidamento sull'esperienza, l'intuizione e la creatività: dobbiamo essere desiderosi di prenderci i nostri rischi e credere nelle nostre intuizioni. Questa è l'arte dell'architettura dell'informazione.

* La *granularità* si riferisce alla dimensione relativa o grezza dei singoli elementi informativi di base. I vari livelli di granularità possono includere il numero di un giornale, articoli, paragrafi e frasi.

Tavolette, pergamene, libri e biblioteche

Gli esseri umani strutturano, organizzano e classificano le informazioni da secoli. Nel 660 A.C. un re assiro aveva organizzato le sue tavolette d'argilla per argomento. Nel 330 A.C., la biblioteca di Alessandria ospitava una bibliografia di 120 rotoli di pergamena. Nel 1873, Melvil Dewey ha sviluppato il Sistema Decimale Dewey come uno strumento per organizzare e fornire accesso al crescente numero di libri. In tempi recenti molti di noi, attraverso l'esperienza di libri e biblioteche, hanno acquisito familiarità con i concetti di base dell'organizzazione delle informazioni. La Tabella 1-1 mostra come i concetti della IA si applichino sia al mondo della stampa sia al World Wide Web.

Tabella 1-1. Differenze fra libri e siti web

Concetti di IA	Libri	Siti web
Componenti	Copertina, titolo, autore, capitoli, paragrafi, pagine, numeri di pagina, sommario, indice.	Pagina principale, barra di navigazione, collegamenti, pagine di contenuto, mappa del sito, indice del sito, ricerca.
Dimensioni	Pagine bi-dimensionali presentate in ordine lineare e sequenziale	Spazio dell'informazione multidimensionale con navigazione iperestruale.
Confini	Tangibili e finiti con inizio e fine chiari.	Sfocati, con bordi che "spargono" l'informazione su altri siti.

Superando il concetto di libro e passando alle collezioni di libri, i paragoni si fanno ancora più interessanti. Immaginate una libreria senza alcuno schema organizzativo: migliaia di libri semplicemente accatastati in enormi mucchi sopra dei tavoli. Una libreria così esiste: Gould's Book Arcade in Newtown, Australia (Figura 1-1).



Figura 1-1. Gould's Book Arcade (per concessione di Seth Gordon)

Da una prospettiva filosofica, potreste pensare che questo casuale guazzabuglio di libri rappresenti una rinfrescante rottura dalle rigide strutture della vita di ogni giorno e di fatto questa libreria può fornire una meravigliosa esperienza esplorativa, piena di avventura e piacevoli scoperte. Ma se cercate uno libro specifico o avete in mente un particolare autore o argomento, è pressoché garantito che vivrete una lunga, penosa esperienza di ricerca di un ago nel pagliaio. Comparete il caos di questa libreria con l'ordine di una biblioteca (Figura 1-2). Anche senza entrare nel dettaglio, il contrasto è come il giorno e la notte. Approfondite l'osservazione e noterete che una biblioteca è più di un negozio di libri, riviste e musica: sistemi complessi e professionisti appositamente addestrati operano dietro le quinte per selezionare, valutare, classificare, descrivere, strutturare ed organizzare la collezione in modo che gli utenti della libreria possano trovare ciò che cercano. E, sebbene l'ambiente delle informazioni delle biblioteche sia altamente strutturato, l'approccio per argomenti del Sistema Decimale Dewey e gli schemi di classificazione della Biblioteca del Congresso possono in uguale misura regalare il piacere dell'esplorazione, dello sfogliare e della scoperta.



Figura 1-2. Ricerca in una libreria (immagine fornita da <http://intergate.sdmesa.sdccd.cc.ca.us/lrc/stacks.jpg>)

In breve, uno dei metodi principali usati da biblioteche e bibliotecari per fornire valore aggiunto ai libri è inserirli in un contesto di architettura dell'informazione che faciliti l'accesso a quei materiali. Gli architetti dell'informazione svolgono un ruolo simile, ma in un contesto di siti web ed informazione digitale. La Tabella 1-2 mostra alcune differenze.

Tabella 1-2. Comparazione fra librerie e siti web

Concetti di IA	Biblioteche	Siti web
Scopo	Fornire accesso ad una collezione ben definita di contenuti formalmente pubblicati.	Fornire accesso a contenuti, vendere prodotti, permettere transazioni, facilitare la collaborazione e così via.
Eterogeneità	Varie collezioni di libri, riviste, musica, software, database e file.	Enorme diversità di generi, di media, documenti e formati di file.
Centralizzazione	Operazioni altamente centralizzate, spesso all'interno di uno o pochi edifici fisici.	Operazioni spesso molto decentralizzate, con sotto siti mantenuti indipendentemente.

Lo sviluppo di un'architettura dell'informazione prevede parecchie sfide, ma una biblioteca è un ambiente relativamente ben definito e sono disponibili molte esperienze e sapere collettivo da cui attingere. I siti web, d'altro canto, presentano un serie di nuove sfide. Gli spazi virtuali sono più flessibili degli spazi fisici, dunque possono essere più complessi. A questo punto abbiamo definito alcune preziose linee guida per sviluppare un'architettura dell'informazione per gli spazi digitali.

Ovviamente, nel fare queste comparazioni abbiamo dovuto fare delle grossolane generalizzazioni ed è stato necessario iper-semplificare per poter illustrare i punti chiave. Dovrete fare la stessa cosa non appena cercherete di spiegare ad altre persone i concetti dell'architettura dell'informazione.

Spiegare la IA agli altri

Uno degli aspetti più frustranti dell'essere architetto dell'informazione è il fatto che la maggior parte dei vostri familiari e amici non avrà alcuna idea di cosa voi facciate. Più tentate di spiegarlo, più essi risulteranno confusi o annoiati. I loro occhi diverranno vitrei e annuiranno educatamente. Infine, tenteranno disperatamente di cambiare argomento: "A proposito di architettura dell'informazione, hai sentito le previsioni del tempo di domani?".

Amici e conoscenti non sono l'unica audience difficile. Vi capiterà di dover vendere il concetto a colleghi, clienti e dirigenti. Ogni audience ha il suo particolare tipo di sfida. Non esiste la bacchetta magica, ma può essere di aiuto preparare un discorsetto da imbonitore e un'analogia per ogni genere di audience.

Il discorsetto dovrà spiegare in una o due semplici frasi ciò che fate. Se inoltre potete aggiungere un'analogia familiare alla vostra audience, tanto meglio!

Ecco alcuni approcci da provare:

- "Sono un'architetto dell'informazione. Organizzo enormi quantità di dati su grossi siti web ed intranet in modo che la gente possa facilmente trovare ciò che cerca. Pensa a me come un bibliotecario di Internet".
- "Sono un'architetto dell'informazione. Aiuto la mia società a facilitare la reperibilità dei prodotti nei loro negozi online. Sono una sorta di agente di commercio online. Applico ad Internet i concetti del marketing one-to-one".
- "Sono un'architetto dell'informazione. Mi occupo del problema del sovraccarico di informazioni, fatto di cui ultimamente tutti si lamentano".

Alcune volte siamo troppo coinvolti in ciò che facciamo; in questo caso è una buona idea chiedere aiuto. Domandate a qualcuno che ha familiarità con voi e con il vostro lavoro di descrivere ciò che fate in una o due frasi: spesso sarete sorpresi da come queste persone saranno in grado di proporre definizioni valide con chiarezza e sintesi.

L'architettura dell'informazione non è

Uno dei modi più efficaci di definire qualcosa è identificarne i confini. Lo facciamo continuamente: questa è la mia proprietà, quella è la tua. Questa è l'Inghilterra. Quella è la Scozia. Lei è un neurochirurgo. Lui è un oftalmologo. A volte è estremamente semplice spiegare le differenze. I mammiferi respirano con i polmoni e danno alla luce dei piccoli viventi. Cani, gatti, delfini ed umani sono tutti chiaramente mammiferi. I pesci vivono in acqua, respirano con le branchie e depongono le uova. Salmone, pesce persico e pesce delle Barbados sono tutti chiaramente pesci. Ma con tante classificazioni si va rapidamente incontro a problemi. Che dire dei pesci con i polmoni? O dei pesci che non sembrano pesci? Gli squali, le anguille, le razze ed i cavallucci marini sono realmente pesci? (sì, lo sono).

E dove inserire il dannato ornitorinco? I biologi specializzati in tassonomia hanno disputato su queste classificazioni per secoli. Mappare i confini dell'architettura dell'informazione è anche più insidioso. Alcune cose chiaramente non sono architettura dell'informazione:

- La grafica NON è architettura dell'informazione.
- Lo sviluppo software NON è architettura dell'informazione
- L'ingegneria dell'usabilità NON è architettura dell'informazione.

Ha un senso, vero? Ma non appena iniziate a lavorare con la confusa realtà del design e della costruzione dei siti web vi ritroverete nell'area grigia tra le varie discipline.

Per esempio, osservate l'onnipresente barra di navigazione della Figura 1-3.



Figura 1-3. Barre di navigazione superiore ed inferiore del sito web United Nations

La barra di navigazione presenta classificazioni e link che portano ad altre sezioni e pagine del sito web. Queste classificazioni dipendono dalla sottostante struttura e categorizzazione del sito. La creazione di categorie e la scelta delle classificazioni ricade chiaramente nell'ambito dell'architettura dell'informazione.

* Per un approfondimento, si legga *The Platypus and the Mermaid: And Other Figments of the Classifying Imagination*, di Harriet Ritvo.

Ma, un attimo. Che dire del look and feel della barra di navigazione? Cosa della scelta dei colori, delle immagini, della scelta dei font e della loro dimensione? Entriamo nell'ambito del design grafico, del design dell'interazione e del design dell'informazione. E cosa succede se un designer ha a che fare con le classificazioni proposte da un architetto dell'informazione? Forse quelle voci saranno troppo lunghe per poter essere collocate all'interno della barra di navigazione.

Cosa succede allora se l'architetto dell'informazione richiede un link ad un motore di ricerca interno al sito nella barra di navigazione, ma lo sviluppatore spiega accanitamente che l'aggiunta della possibilità di ricerca interna al sito è troppo costosa in termini di tempo e denaro? E che dire se l'ingegnere dell'usabilità afferma che i test con gli utenti indicano che ci sono troppe opzioni sulla barra di navigazione? Che fare?

Questi sono problemi e sfide tipo che ricadono nell'area grigia tra le varie discipline. Queste aree grigie fanno uscire pazze alcune persone. Molte vivaci discussioni sono il risultato del tentativo di definire dei chiari limiti. Noi riteniamo che le aree grigie siano necessarie ed abbiano un loro valore: esse forzano alla collaborazione interdisciplinare, che, in ultima analisi, porta ad un migliore prodotto.

A parte aree grigie e ragionamenti vari, ecco il nostro tentativo di disegnare alcuni confini tra architettura dell'informazione e discipline ad essa strettamente correlate.

Graphic Design

Tradizionalmente il graphic designer era il responsabile di tutti gli aspetti della comunicazione visiva, dal design del logo societario, alle identità, al layout delle singole pagine. Sul web stiamo assistendo ad una crescente specializzazione dovuta alla complessità dell'ambiente. Tuttavia, a causa di ciò molti graphic designer devono gestire l'architettura dell'informazione come parte del loro lavoro.

Interaction Design

Gli interaction designer si occupano della condotta di compiti e processi da parte degli utenti nei software e nei sistemi di informazione a livello di interfaccia. Spesso hanno una preparazione specifica in interazione uomo-computer, e sono specializzati nell'aiutare gli utenti a raggiungere gli obiettivi e completare le attività desiderate.

Usability Engineering

Gli ingegneri dell'usabilità sanno come applicare il rigore del metodo scientifico alla ricerca, test e analisi dell'utente. Il loro background in interazione uomo-computer e la loro esperienza nell'osservare gli utenti li porta a utili incursioni nel design. Spesso si occupano di testare tutti gli aspetti dell'esperienza di navigazione degli utenti, comprese architettura dell'informazione e graphic design.

Experience Design

Experience design è un termine "ombrello" che comprende architettura dell'informazione, ingegneria dell'usabilità, graphic design e interaction design come componenti di una esperienza utente olistica. Gli "experience designer" sono pochi, poiché non c'è molta gente sul pianeta con competenze in tutte quelle aree. Il ter-

mine è utile in quanto incoraggia la consapevolezza interdisciplinare e la collaborazione.

Software Development

La gente raramente tende a confondere gli sviluppatori software e gli architetti dell'informazione, ma i due campi sono strettamente interdipendenti. Gli architetti dell'informazione si affidano agli sviluppatori per portare le loro idee alla fruizione. Gli sviluppatori ci aiutano a comprendere ciò che è e ciò che non è possibile. Poiché il Web sta sfumando sempre di più la distinzione tra applicazioni e sistemi dell'informazione, queste collaborazioni diverranno ancora più importanti.

Content Management

Content management e IA sono due lati della stessa medaglia. L'IA rappresenta una "istantanea" o una visione spaziale di un sistema della informazione, mentre il CM descrive una visione temporale, mostrando come l'informazione dovrebbe fluire all'interno ed all'esterno di un dato sistema nel tempo. I content manager si occupano di proprietà del contenuto e dell'integrazione tra politiche aziendali, processi e tecnologie a supporto di un'ambiente di publishing dinamico.

Knowledge Management

I "knowledge manager" sviluppano strumenti, politiche ed incentivi per incentivare la gente a condividere le conoscenze. Creare un ambiente di conoscenza collaborativa significa affrontare difficili problematiche che riguardano la cultura aziendale, come la segretezza delle informazioni e la sindrome del "non l'abbiamo inventato noi". L'architetto dell'informazione invece si concentra maggiormente sul rendere accessibili le conoscenze che sono già state acquisite.

Perché la IA è importante

Ora sapete cos'è e cosa non è l'architettura dell'informazione. Perché dunque è importante? Perché vi dovrebbe importare di essa? Perché la vostra società o i vostri clienti dovrebbero investire tempo e denaro nel design delle loro architetture dell'informazione? Qual è il ritorno dell'investimento (ROI)? Affronteremo queste complesse questioni in dettaglio nel seguito del libro, per ora lasciateci elencare i pregi senza perderci nelle sottigliezze. Quando calcolate l'importanza dell'architettura dell'informazione nella vostra organizzazione dovrete considerare i seguenti costi ed attribuire un valore alle seguenti domande:

Il costo del reperimento delle informazioni

Cosa costa alla vostra società un impiegato che perde cinque minuti in più al giorno, lottando per trovare le risposte sull'intranet aziendale?* Qual è il costo in termini di frustrazione dei clienti di un sito web scarsamente organizzato?

* Jakob Nielsen merita un riconoscimento per aver reso pubblico il fatto che i costi attribuibili a sistemi di navigazione scadenti in termini di perdita di produttività dei dipendenti in grande imprese possono raggiungere i milioni di dollari.

Il costo del non trovare le informazioni

Quante cattive decisioni si prendono ogni giorno nella vostra ditta perché gli impiegati non trovano le informazioni di cui hanno bisogno? Quanti doppioni si generano da queste incomprensioni? Quanti clienti perdete ogni volta che non riescono a trovare ciò che cercano sul vostro sito? Quanto spendete ogni giorno nel fornire assistenza telefonica a clienti che detestano navigare nel vostro database online di supporto tecnico?

Il valore della conoscenza

Che valore ha far conoscere ai vostri clienti abituali e a quelli che stanno cercando sul vostro sito web nuovi prodotti e servizi correlati?

Il costo di costruzione

Quanto costa il design e lo sviluppo di un sito web? Quanto costa rifarlo dopo sei mesi perché non è scalabile e non supporta le ricerche?

Il costo della manutenzione

Analogamente, quanto costa assicurarci che un buon design resista al tempo? Le persone che mantengono il sito sanno dove inserire i nuovi contenuti e quando rimuovere quelli vecchi?

Il costo della formazione

Per sistemi interni mission-critical a supporto dei call center, ad esempio, qual è il costo della formazione del personale all'utilizzo di quel sistema? Quanto potreste risparmiare se non fosse così complicato da utilizzare?

Il valore del marchio

Non importa quanto possa essere bello il vostro sito se i clienti non possono trovare ciò che cercano e il vostro marchio perderà valore ai loro occhi. Quanto avete speso per la promozione del marchio sulle TV commerciali?

La lista potrebbe continuare. Nella vostra situazione specifica, potranno sicuramente essere rilevate una serie di opportunità di guadagno, risparmio, miglioramenti nella produttività dei dipendenti o della soddisfazione dei clienti, o semplicemente renderete il mondo un posto migliore. Comprendete chi siano gli utenti e comunicate con loro nel modo più chiaro e diretto possibile.

Non stiamo dicendo che sia semplice, di fatto è estremamente difficile calcolare il ritorno dell'investimento in un'architettura dell'informazione poiché esistono troppe variabili. Ciò è analogo a quanto accade in altre aree di attività nel mondo degli affari, semplicemente gli addetti a comparti più tradizionali, come vendita, marketing, ingegneria, risorse umane ed amministrazione, hanno avuto più tempo per motivare le proprie argomentazioni.

Dare vita al nostro lavoro

L'architettura dell'informazione resta sotto la superficie. Raramente sentirete un utente dire "Wow, guarda che brillante schema di classificazione!" Di fatto, gran parte del nostro lavoro è intangibile; molte persone direttamente coinvolte nel web design hanno

solo una conoscenza superficiale dell'architettura dell'informazione. Possono riconoscere il bisogno di una chiara classificazione in una barra di navigazione, ma non hanno idea di come un vocabolario controllato possa migliorare le ricerche. Se non puoi vederlo, toccarlo, gustarlo, odorarlo non esiste. Questa invisibilità va bene in relazione agli utenti. Non vogliamo obbligare gli utenti a vedere il nostro duro lavoro; desideriamo invece che completino i loro compiti e trovino le informazioni in una beata ignoranza del nostro lavoro. Ma l'invisibilità è uno dei problemi principali quando si tratta di giustificare la nostra esistenza ai colleghi e creare argomenti per coloro che prendono le decisioni. Dobbiamo costantemente lavorare per aiutare la gente a comprendere la complessità delle sfide che affrontiamo ed il valore a lungo termine delle nostre soluzioni. Dobbiamo trovare il modo di articolare i concetti chiave della nostra arte ed aiutare le persone a capire la natura sofisticata dei bisogni e dei comportamenti degli utenti. Dobbiamo mostrare le interconnessioni tra la gente ed il contenuto che sta alla base delle reti di conoscenza, e spiegare come questi concetti possano essere applicati per trasformare siti web statici in sistemi complessi adattivi (Figura 1-4*).

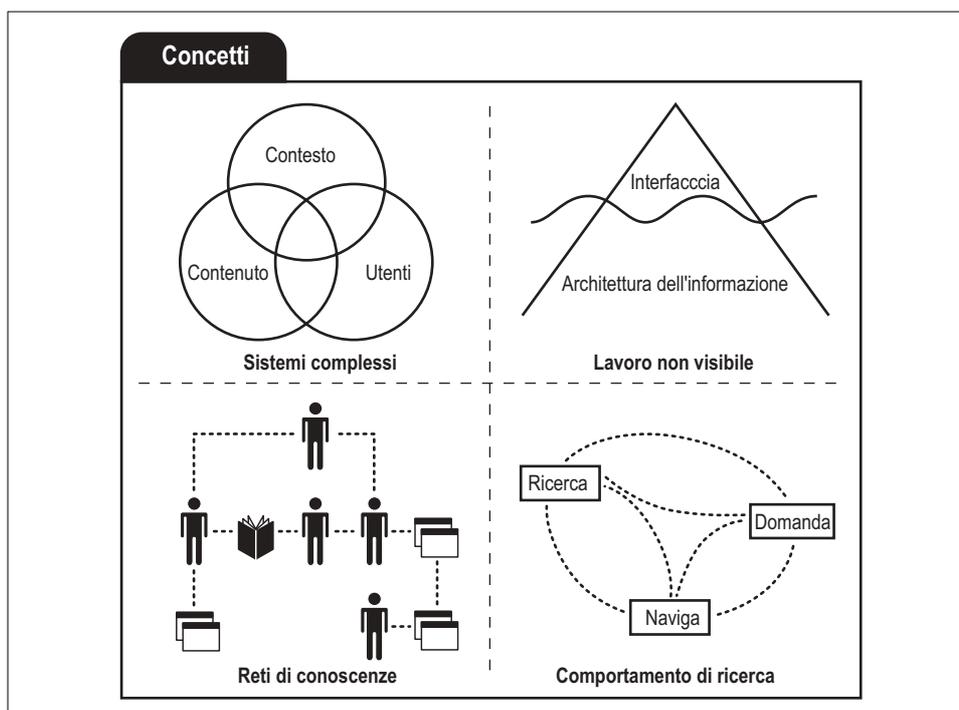


Figura 1-4. Concetti dell'architettura dell'informazione

* Questa serie di immagini è stata disegnata da Myra Messing Klarman di Studio Mobius (<http://studiomobius.com/>).

Dobbiamo essere preparati a scendere nel dettaglio, identificando e definendo le componenti di sistema a supporto dei nostri siti (Figura 1-5); dobbiamo dimostrare come le reti semantiche forniscano le fondamenta di una fluida navigazione; dobbiamo convincere i nostri clienti e colleghi che un efficace sistema di ricerca richiede non solo un buon motore o una piacevole interfaccia, ma un sistema attentamente integrato di parti interdipendenti.

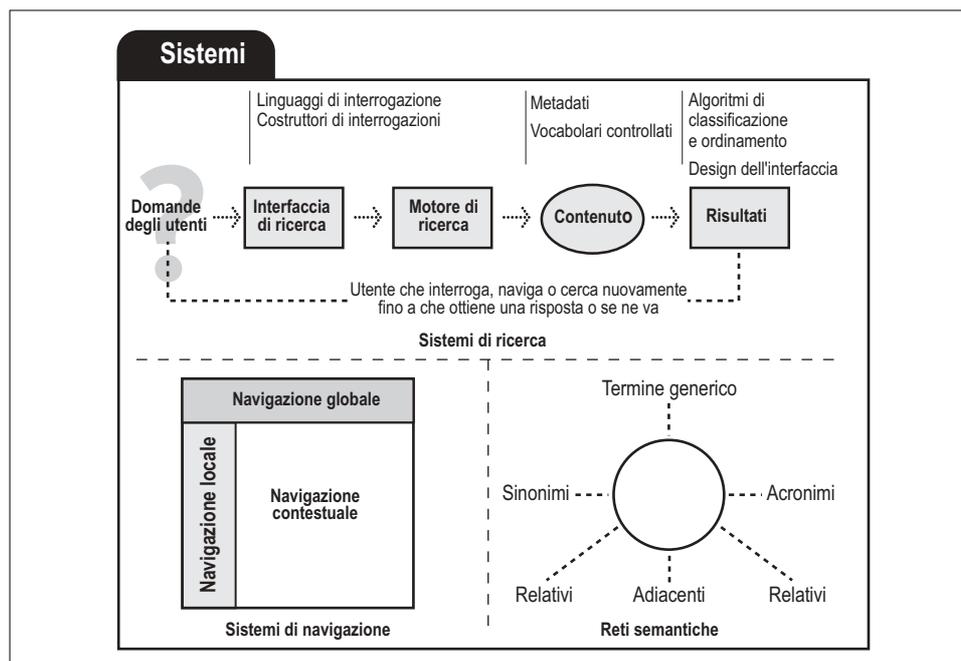


Figura 1-5. Sistemi dell'architettura delle informazioni

Infine, dobbiamo essere pronti a produrre cose concrete e distribuibili (Figura 1-6). Dobbiamo imparare a rappresentare i nostri costrutti di semantica e struttura in modo chiaro ed interessante; in breve, aiutare le persone a vedere l'invisibile. In questo libro si spiegheranno i concetti, i sistemi e la distribuzione dell'architettura dell'informazione. Ricorrendo a parole, storie, metafore ed immagini, abbiamo fatto del nostro meglio per definire il nostro lavoro. Tuttavia, nessuna collezione di parole ed immagini va bene per tutti gli scopi. Una chiave dell'arte dell'architettura dell'informazione è comprendere come modellare il messaggio in funzione dell'audience. Ciò richiede un certo intuito riguardo cosa i vostri manager, clienti e colleghi desiderano sentire e come lo vogliono sentire.

Abbiamo detto che l'architettura dell'informazione comprende un po' di magia? Come potreste leggere nel pensiero e rendere visibile l'invisibile? Ora infilatevi un alto capello nero, portatevi appresso il vostro sense of humor e preparatevi ad entrare nella società segreta degli architetti dell'informazione.

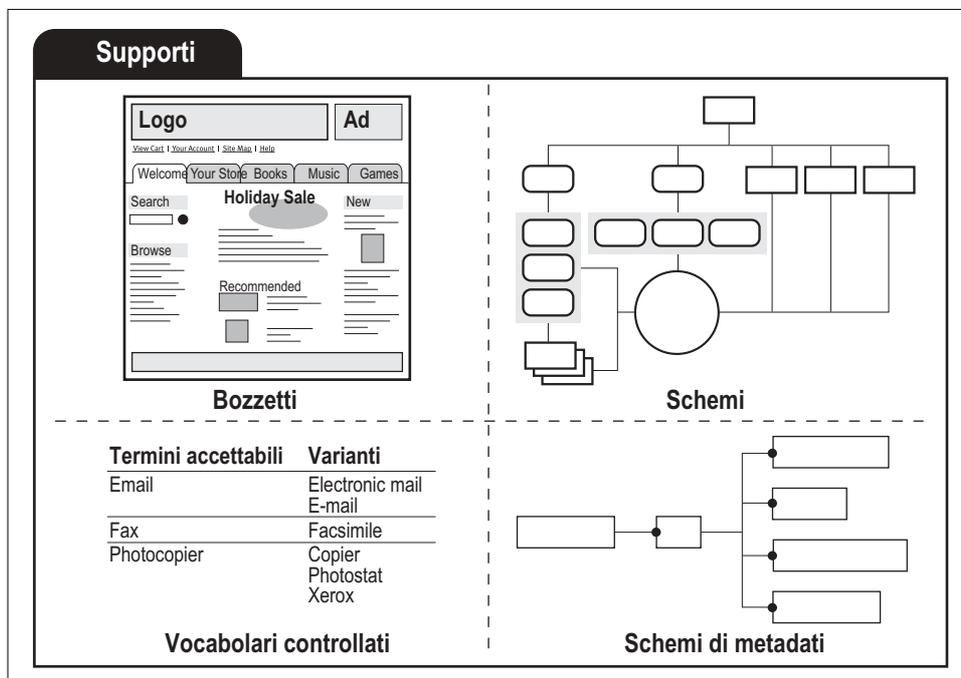


Figura 1-6. Esempi di supporti concreti