

LINEE GUIDA EDITORIALI PER IL WEB

Stile di scrittura / Organizzazione dei contenuti / Formattazione del testo

*Suggerimenti di
scrittura per il
personale interno*

Informazioni generali

Il progetto complessivo del portale web dell'Università di Catania prevede tre livelli che devono rimanere integrati ma indipendenti:

- Primo livello: ATENEO
- Secondo livello: DIPARTIMENTO / STRUTTURA DIDATTICA
- Terzo livello: CORSO DI STUDIO

Queste linee guida si riferiscono soltanto al sito web del livello "Ateneo", progettato per offrire una panoramica generale dei servizi, informare sulle opportunità che l'Università di Catania offre agli utenti esterni e fornire una rappresentazione della vita di ateneo quanto più trasparente, attrattiva e comprensibile. In quest'ottica, è stato scelto di dare priorità ai **percorsi di navigazione** distinti per tipologia di utente (Futuri Studenti - Studenti - Laureati - Personale) e alle **sezioni tematiche** (Ateneo – Didattica – Ricerca – Internazionale - Media) piuttosto che alle strutture e all'organizzazione interna degli uffici. Il sito non vuole essere lo specchio dell'organizzazione amministrativa dell'ateneo ma uno **strumento di informazione al servizio degli utenti**.

Supporto tecnico e Comitato di redazione

Il Cea fornisce ai dipendenti indicati da ciascuna Area le autorizzazioni per accedere al *back end* del sito tramite **credenziali CAS** oppure tramite l'assegnazione di "nome utente" e "password" alternativi (per accedere alle pagine di amministrazione basta collegarsi a <https://portale.unict.it/it>).

Gli *editor* sono abilitati alla creazione di nuovi contenuti e alla modifica di quelli già esistenti solo per le sezioni di competenza dell'Area di appartenenza (le News vengono inserite esclusivamente a cura dell'Ufficio comunicazione e stampa su indicazione di aree e strutture) e possono operare avendo sempre cura di:

- sottoporre preventivamente ai propri responsabili la correttezza delle informazioni da pubblicare
- confrontarsi con il gruppo di lavoro o con i tecnici del Cea in caso di dubbi
- tenere conto delle presenti linee guida editoriali

Sia per gli aspetti tecnici sia per aspetti redazionali, i referenti delle Aree possono avvalersi sia del supporto tecnico del Cea (scrivendo a webmaster@unict.it con oggetto "Nuovo portale web") sia dei componenti del gruppo di lavoro.

Fino al momento in cui il gruppo di lavoro nominato dal Direttore generale non avrà terminato l'attività di coordinamento redazionale dei contenuti del nuovo portale, lo stesso gruppo è da considerarsi "Comitato di redazione". Dal momento in cui il nuovo portale sostituirà il vecchio sito, inizierà ad operare un apposito Comitato di redazione che curerà stabilmente l'aggiornamento dei contenuti e la rispondenza ai requisiti di legge in materia di trasparenza e di privacy.

Fatte queste necessarie premesse, si precisa che le linee guida di seguito riportate non hanno alcuna pretesa di completezza, pertanto vanno considerate come **uno strumento in continuo aggiornamento**.

Stile di scrittura

Sul web ogni pagina è autonoma rispetto a ciò che viene prima e a ciò che viene dopo e vi si può arrivare attraverso gli itinerari più diversi. Sta al redattore far funzionare una pagina anche fuori contesto, fornendo al lettore tutti gli elementi utili a ricontestualizzare la pagina e a fargli capire dove si trova.

«**I lettori del web non leggono, scannerizzano**». I lettori del web hanno poco tempo, vogliono capire subito se l'informazione fa al caso loro, quindi non ci possiamo permettere il lusso di un'introduzione. Inoltre, la lettura a video è più lenta rispetto al cartaceo del 25% e lo spazio assume un ruolo fondamentale nel processo di lettura, quindi è bene evitare testi troppo lunghi.

Sintetici ma efficaci. Adoperare uno stile e una lingua corretta e appropriata aiuta ad aumentare la leggibilità del testo. È fondamentale poi un corretto uso della sintassi. Le frasi articolate che contengono parole lunghe (con molte sillabe) sono più difficili da comprendere rispetto alle frasi brevi con parole corte. Preferite espressioni poco ridondanti e ricordate che un'azione deve corrispondere il più possibile ad una sola parola (es: "iniziare" e non "dare inizio", "completare" e non "portare a compimento", "avviare" e non "dare avvio", "cambiare" e non "produrre un cambiamento"). Semplificare il testo, non significa necessariamente impoverirlo.

No agli "effetti speciali". Anche pubblicare i nostri testi in modo graficamente accattivante è utile ma senza affollare la pagina di immagini, colori, evidenziazioni o altri "effetti speciali" che appesantiscono la lettura.

Tuttavia cerchiamo di non incorrere in un **errore** ancora più grande: **ridurre la pagina web a un elenco di documenti pdf o di link**. Pertanto, la regola d'oro è: **spiegare sempre cosa state pubblicando**.

Per organizzare il testo è bene:

- ✓ progettare contenuti comprensibili all'utente definendo la struttura logica con l'aiuto di titoli e paragrafi
- ✓ inserire l'informazione più importante all'inizio del testo, evitare le premesse
- ✓ non iniziare mai un testo dai riferimenti normativi
- ✓ evidenziare le parole chiave di maggior interesse
- ✓ utilizzare elenchi puntati e numerati

Quando scrivete un testo:

- ✓ curate la grammatica, evitate refusi e errori di ortografia, usate bene la punteggiatura
- ✓ usate un linguaggio semplice, articolate il testo in frasi brevi ed evitate i tecnicismi
- ✓ evitate le abbreviazioni incomprensibili all'utente esterno
- ✓ non contraete le parole (Dip., Sez., ecc.)
- ✓ evitate le forme passive e scrivete le frasi in positivo e non in negativo (es: "I nuovi buoni pasto sono utilizzabili a partire da marzo" e non "I nuovi buoni pasto non sono utilizzabili prima di marzo")
- ✓ Acronimi e sigle non vanno puntati (es: M.i.u.r), scrivete in maiuscolo solo la prima lettera (es: Miur, Unict, Cnr). Quando usate acronimi e sigle è bene scriverli per esteso la prima volta che li utilizzate
- ✓ Rivedete, rileggete e verificate che la pubblicazione online del testo avvenga correttamente.

Esempi e suggerimenti pratici

Maiuscolo. L'alternanza minuscole/maiuscole riduce la leggibilità, quindi è bene evitarne l'uso e **NON SCRIVERE MAI INTERE FRASI IN MAIUSCOLO** (sul web è come se stessi urlando).

Alcune semplici indicazioni:

- ✓ l'iniziale maiuscola si usa per le istituzioni (es: Chiesa, Stato), gli appellativi storici quando fanno parte del nome (es: Lorenzo il Magnifico, Pipino il Breve), i termini geografici (es: Ovest, Est, Occidente), i nomi geografici (es: Roma, il monte Bianco), epoche e movimenti (il Paleolitico, il Trecento, l'Umanesimo)

- ✓ maiuscole “reverenziali”: si chiamano così quelle di derivazione borbonica che vengono utilizzate anche quando non previste dalla grammatica italiana (es: il Senato Accademico, il Direttore Generale). Tuttavia è preferibile utilizzare gli aggettivi in minuscolo: il Senato accademico, il Direttore generale
- ✓ qualifiche e cariche: le qualifiche come prof., ing., avv. vanno minuscole se sono seguite dal nome della persona (es: prof. Mario Rossi; ing. Paolo Bianchi)
- ✓ i nomi di enti stranieri vanno messi nella dizione originale, senza tradurli e mantenendo, in questo caso, le maiuscole nel rispetto della provenienza (es: Massachusetts Institute of Technology)

Per i termini accademici di uso frequente si consigliano le seguenti formule:

- ✓ anno accademico, abbreviazione a.a. (anche mesi, anni e giorni della settimana vanno in minuscolo)
- ✓ le parole Ateneo e Università vanno in maiuscolo solo quando ci si riferisce a uno specifico ateneo (es: “Gli studenti non sono informati sulle procedure di iscrizione all’Università di Catania” ma “Non tutti diplomati si iscrivono all’università”)
- ✓ dipartimenti, corsi e insegnamenti: in maiuscolo solo la prima parola del nome proprio (es: corso di laurea in Scienze matematiche; dottorato di ricerca in Economia aziendale)

Numeri. I numeri fino al dieci compreso si scrivono in lettere (escluse date e ore). I numeri romani si scrivono in maiuscolo ma senza esponente (es: XIX e non XIX°).

Parole, espressioni e frasi straniere. Le parole e le espressioni in lingua straniera vanno in corsivo quando non sono di uso comune. Le parole straniere **di uso comune** vanno in tondo e rimangono invariate al plurale (es: “Abbiamo acquistato dieci computer per l’aula multimediale” e non “Abbiamo acquistato dieci computers per l’aula multimediale”).

Prefissi. Normalmente il prefisso viene unito al nome cui si riferisce, senza trattino (es: vicedirettore, neofascista, retroattivo). Fa eccezione il prefisso ex (es: ex aequo).

Accenti e apostrofi. Mentre sulle vocali **a, i, o, u** l’accento è sempre grave (es: libertà, così, comò, virtù), su **è** ed **é** occorre fare attenzione: la terza persona singolare del verbo essere si scrive **è** (accento grave), così anche **caffè, tè, cioè**, ma attenzione a **affinché, benché, perché, poiché** (accento acuto). Non usare l’apostrofo al posto dell’accento (es: si scrive **È, però** e non **E’, pero’**), mentre si usa l’apostrofo in forme apocope (es: “Un **po’** di zucchero” e non **pò**). Vanno accentati **ciò, già, giù, più** e **può**, non vanno accentati **qui, qua, sto** e **sta**. I giorni della settimana si scrivono con l’accento (es: lunedì); per affermare si scrive **sì** (i accentata) e non **si**. Non si usano mai due apostrofi di seguito (es: “Il crollo del muro di Berlino **dell’89**” e non “Il crollo del muro di Berlino **dell’’89**”).

Organizzazione dei contenuti



Gli utenti devono poter reperire tutte le informazioni principali e indispensabili tramite la normale navigazione delle pagine web. I contenuti di approfondimento, di documentazione o di modulistica sono invece disponibili come allegati alle pagine.

Nel blocco centrale di ciascuna pagina troviamo sempre il titolo e il testo descrittivo. Sulla destra di ciascuna pagina vengono invece di norma collocati link utili, documenti e i recapiti degli uffici competenti.

Allegati. Sia per le norme di usabilità e accessibilità del web sia per la recente normativa sulla trasparenza, le pubbliche amministrazioni devono utilizzare formati non proprietari, cioè file visualizzabili con software gratuiti. Sui formati e sulle caratteristiche si rinvia pertanto alle “Linee guida su Trasparenza e Privacy”.

Avvertenza: non è ancora abilitata la sezione del sito dedicata a “Bandi e Concorsi” con la relativa categorizzazione. Pertanto - sebbene tutte le pagine consentano già la pubblicazione di allegati - si raccomanda di non pubblicare i bandi di concorso nelle pagine descrittive.

Immagini. La linea editoriale del sito prevede l’utilizzo delle immagini soltanto a corredo delle news, che saranno curate sotto il coordinamento dell’Ufficio comunicazione e stampa, pertanto si raccomanda di evitare la pubblicazione di file di immagine (jpg, gif, png) nel corpo della pagina. Agli operatori che saranno abilitati si ricorda che l’immagine di accompagnamento deve:

- essere coerente con il contenuto del testo
- essere di dimensioni adeguate al web per non rallentare la navigazione
- rispettare il copyright

Link. I link arricchiscono sempre un sito, sia che siano inseriti all’interno del testo sia che siano raggruppati nello spazio dedicato. Per rispettare le esigenze comunicative però è bene ricorrere ai link per rinviare a **informazioni supplementari**, ad **approfondimenti** oppure per **evitare duplicazioni** all’interno del nostro stesso sito.

Un collegamento ipertestuale è utile se:

- ✓ ha un titolo sintetico ed efficace (linkare al massimo tre parole, mai intere frasi). I lettori devono capire cosa troveranno oltre
- ✓ linka a una pagina specifica, non alla home page di un sito

Raccomandiamo inoltre di non iniziare una pagina con un link, controllare periodicamente che i collegamenti siano funzionanti e di specificare se un link non rimanda a una pagina html ma a un file.

Contatti. I recapiti di una struttura vanno inseriti indicando il nome della struttura (Area / Unità / Ufficio), l'indirizzo e il numero civico (separato da una virgola), il codice di avviamento postale e la città (separati da un trattino), i numeri di telefono e fax (separando i numeri con uno spazio), l'indirizzo email istituzionale (se fa riferimento a un'Area) oppure l'email di ufficio (se esiste, es: uri@unict.it) e il sito (se ne esiste uno esterno, es: www.cof.unict.it).

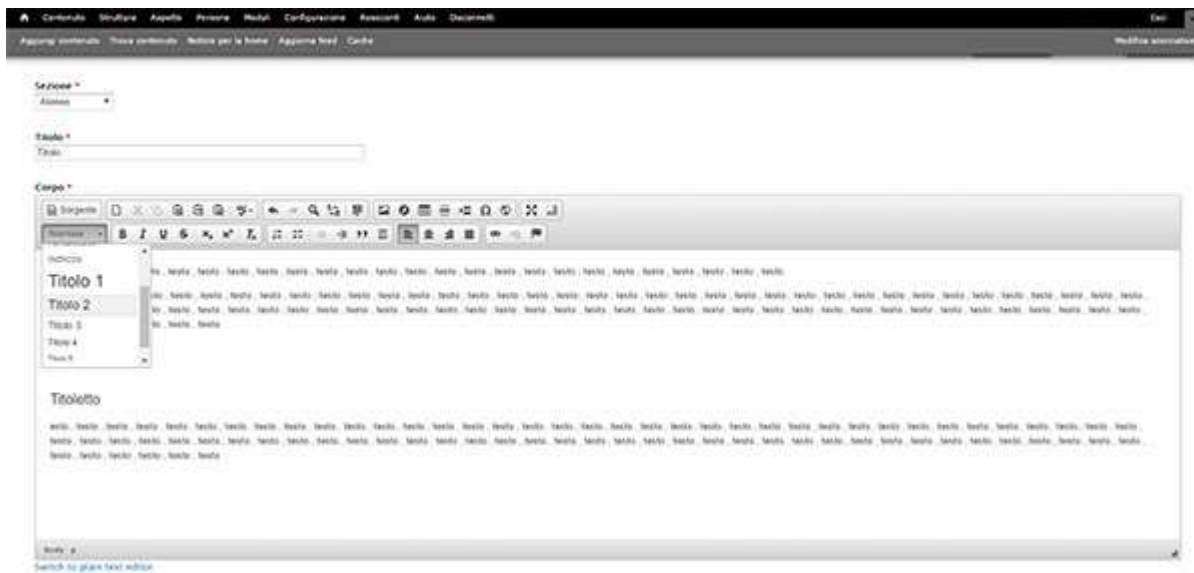
Esempio

Scuola Superiore di Catania
Via Valdisavoia, 9
95123 – Catania
Telefono +39 095 2338627
Fax +39 095 360955
scuolasuperiore@ssc.unict.it
www.scuolasuperiorecatania.it

Formattazione del testo

Quando si usa il copia e incolla da un testo già esistente si raccomanda di “ripulirlo” da formattazioni e link di origine utilizzando lo strumento “Incolla come testo semplice” (soprattutto se la fonte è un'altra pagina web).

Se per organizzare il testo avete bisogno di inserire dei titoletti, ricordate di usare l'apposita funzione disponibile all'interno dell'editor per i contenuti:



Per mettere in risalto parole o frasi ritenute importanti:

- ✓ è consigliato l'utilizzo del **grassetto** per evidenziare le parole chiave. Tuttavia un uso troppo frequente confonde il lettore, adoperatelo con parsimonia (es: date di scadenza).
- ✓ va sempre evitato l'uso di **colori** diversi
- ✓ evitare il **sottolineato** perché si confonde con i link
- ✓ il **corsivo** va adoperato con parsimonia perché la disposizione dei caratteri in diagonale è di difficile lettura (vanno in corsivo le parole straniere)