

Cultura@

smart city, punti di vista, entertainment

I problemi di fronte ai quali si trovano i servizi Web-based dopo l'entrata in vigore della legge Stanca che vuole abbattere le barriere digitali per i disabili, realizzando così il principio costituzionale di uguaglianza



Accessibilità, non solo una moda

Cultur@

smart city, punti di vista, enter

Si sente dire che l'accessibilità del Web è una disciplina "à la page", ora che con la legge Stanca e l'entrata in vigore del regolamento di attuazione è diventata un obbligo per la pubblica amministrazione.

Fa una strana impressione a chi se ne occupa da alcuni anni. Effettivamente se ne parla di frequente: ricordo che in tempi anteriori all'entrata in Parlamento delle tematiche delle barriere digitali era davvero difficile trovare, nella Pa e nelle aziende, interlocutori disposti a investire tempo e rivedere schemi organizzativi per ridurre le discriminazioni nell'accesso alla società dell'informazione.

L'obiettivo della legge Stanca, che prende spunto dal dettato costituzionale che stabilisce il principio di uguaglianza, è abbattere le barriere digitali che limitano l'accesso dei disabili alla società dell'informazione, escludendoli dal mondo del lavoro.

Nella definizione dell'articolo 2 della legge, l'accessibilità è la capacità dei sistemi informatici di erogare servizi fruibili anche per quei soggetti che necessitano - a motivo della propria disabilità - di tecnologie assistive o di particolari configurazioni. Spesso si perde di vista questa idea-guida, finendo per percepire l'accessibilità come attività autoriferita, portatrice di vantaggi solo per se stessa. In realtà non si tratta solo di una disciplina tecnica, ma soprattutto di un processo che influenza la comunicazione.

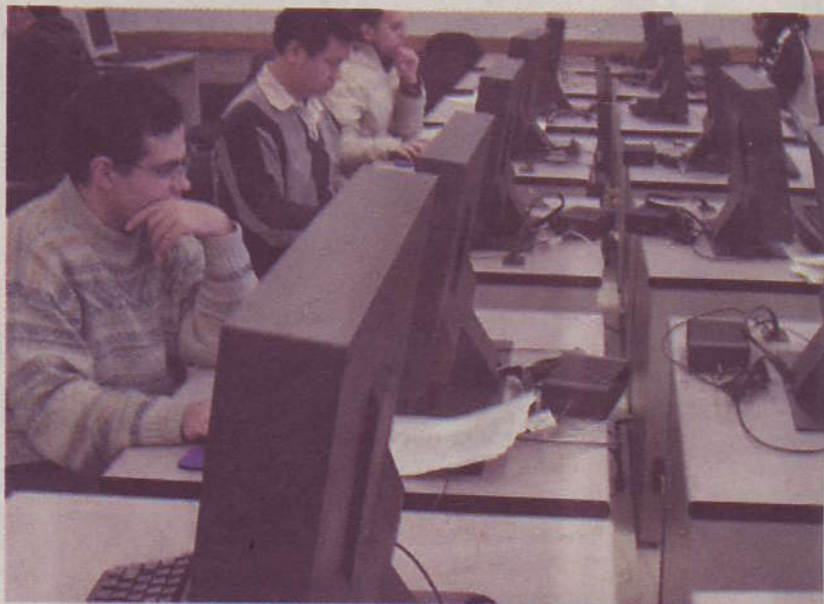
L'accessibilità dipende da vari componenti che interagiscono. Per esemplificare, consideriamo il caso del testo alternativo per le immagini.

Le specifiche HTML affrontano il testo alternativo; le specifiche W3C WAI definiscono come implementarlo; i redattori gli forniscono le parole appropriate; gli strumenti di sviluppo ne permettono l'uso; gli strumenti di valutazione verificano che esista; i programmi utente e le tecnologie assistive consentono di fruirne in varie modalità.

Quando le caratteristiche di accessibilità sono presenti in un aspetto, gli altri possono svilupparle più facilmente. Se invece una parte del processo è debole, altre parti dovranno intervenire a compensazione attraverso espedienti che richiedono maggiore sforzo e non rappresentano buona prassi per l'accessibilità. Si comprende dunque che è necessario un dialogo fra gli attori coinvolti.

Fra i nuovi luoghi comuni sull'accessibilità, vi è il suo costo. L'aumento paventato dei costi si verifica se non vi sono le adeguate

I problemi di fronte ai quali si trovano i servizi Web in vigore della legge Stanca che vuole abbattere per i disabili, realizzando così il principio costituzionale



Accessibilità, non solo

ROBERTO ELLERO*

uate competenze in tutti gli anelli del processo produttivo, competenze che si possono costruire solo con una approfondita formazione e con un periodo di pratica.

Una tale carenza fa sì che ancora si percepisca l'accessibilità come limitazione: non si possono usare Javascript, le Gif animate, elementi multimediali. Ma, in realtà, l'accessibilità dice proprio di usarli quando aiutano l'utente: disabili cognitivi e sordi dalla nascita beneficiano della presenza di illustrazioni e di compo-

nenti multimediali a corredo dei contenuti testuali.

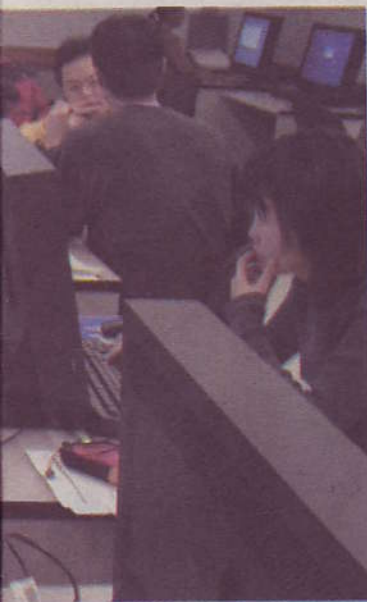
Altro luogo comune: è un vantaggio solo per i non vedenti. In realtà la disabilità più rappresentata fra gli utenti del Web è l'ipovisione, in ogni caso un sito accessibile rappresenta un vantaggio per tutti.

L'accessibilità non è una attività riservata ai tecnici, influisce su tutte le figure del processo.

Si pensa erroneamente che l'accessibilità si possa attuare solo alla fine su un prodotto già fatto, mentre in realtà si situa proprio all'inizio della progettazione dei servizi Web-based. Il problema è che le

tainment

-based dopo l'entrata
e le barriere digitali
onale di uguaglianza



una moda

Web agency oggi non muovono da un lavoro preliminare di case-study, ma mirano a realizzare "siti vetrina" accattivanti nel più breve tempo possibile. Del resto è quanto richiedono spesso le amministrazioni.

Il Web accessibile e relazionale versus il Web vetrina mette in gioco il rinnovamento, un modo di comunicare che consideri realmente le persone a cui si parla. L'interfaccia Web è la più immediata forma di front-office: l'accessibilità intesa come trasparenza e comunicazione non può non

esserne una condizione essenziale.

Nella Pa e nelle aziende tutti dovrebbero avere una formazione di base in accessibilità, perché se non si progetta e non si organizza con l'accessibilità in mente si verificheranno sicuramente dei problemi. Le responsabilità vanno quindi definite all'inizio, attivando un gruppo di coordinamento con un piano di comunicazione e individuando i rappresentanti dei vari dipartimenti da coinvolgere, come l'Urp, lo sviluppo Web, il supporto tecnico, l'usabilità, ecc.

Quale impatto ha l'accessibilità nelle aziende? Bisogna trovare una strategia di marketing che faccia fruttare il sito. Le Web agency individuano gli obiettivi e i clienti target, per poi adattarvi la comunicazione e la strategia del sito: di tutto ciò l'accessibilità deve essere un presupposto. Non basta che un sito sia accessibile e gradevole, deve anche soddisfare a livello informativo-comunicativo e strategico.

E questo potrà avvenire quando le aziende attueranno l'accessibilità (e l'usabilità) come presupposto progettuale, concentrandosi sulla comunicazione e l'analisi di marketing. Se fra 4 o 5 anni tutte le software house svilupperanno in modo accessibile il problema si risolverà, con il diffondersi della cultura dell'accessibilità.

Oggi raramente si considera l'accessibilità in sede di progettazione: mentre in realtà può portare vantaggio verso i clienti per il ritorno di immagine, per l'indicizzazione migliore, l'estensione del pubblico, i bassi costi di manutenzione. Quando il Web si uniformerà, questi aspetti saranno tutti parte della qualità richiesta a un servizio Web-based.

Negli anni l'accessibilità cambierà radicalmente il modo di progettare il Web e arriverà a modificare le organizzazioni e i flussi informativi interni. Il problema è "in quanti anni": la realtà rimarrà sempre molto indietro rispetto alla teoria e all'evolvere delle tecnologie Web. Ci sono aziende che sviluppano in HTML 3.2 e altre in XHTML 1.1: fra le due modalità vi sono quattro anni di differenza tecnologica, su soli 15 anni di Web.

Intanto cosa possiamo fare di buono? Chiacchierare o studiare? Sono convinto che sia la formazione la chiave di volta del percorso di attuazione della legge.

* membro del gruppo di lavoro WCAG
(Web Content Accessibility Guidelines)

fuga

HD
ndo

Toshiba allunga
il passo nella
guerra dei Dvd

Toshiba ha sviluppato con successo un metodo che consentirà di produrre una nuova generazione di Dvd sfruttando tecniche e metodi già noti, e quindi meno onerosi in termini economici. L'annuncio, l'ultimo di una lunga serie di botta e risposta che ha visto contrapposta la firma nipponica alla connazionale Sony, arriva al culmine della battaglia per decidere quale nuovo formato di dvd dominerà il mercato dei supporti multimediali in futuro: la tecnologia **High Definition Dvd** oppure la Blue Ray Disc, spalleggiata dalla compagnia che inventò il mitico Walkman. Se la notizia fosse fondata, Toshiba potrebbe abbattere drasticamente i costi di produzione, e attraverso una guerra dei prezzi, trascinare il rivale fuori mercato. Il merito della nuova scoperta, secondo quanto riportato dal sito online della Bbc, va ai ricercatori di **Hitachi Maxell e Mitsubishi** (compagnie che nella guerra dei formati sono schierate con Toshiba), capaci di produrre uno strumento, nome in codice Dye, in grado di sfruttare le vecchie catene di produzione per sfornare milioni di dischetti ad alto contenuto tecnologico in tempi molto brevi.

La 1.000 pixel