



## I titoli dei link

di [GDesign](#), 25 Maggio 2002

I browser più recenti possono far comparire una breve spiegazione testuale di un link prima che l'utente lo selezioni. Grazie a questa spiegazione gli utenti avranno un'anticipazione di dove li condurrà il link migliorando loro la navigazione. Se gli utenti decidono di seguire un link dopo aver letto dove porterà, impiegheranno sicuramente meno tempo a capire la pagina di arrivo e tutto questo li aiuterà a diminuire il loro disorientamento.

La spiegazione testuale di un link viene chiamata titolo e si ottiene aggiungendo l'attributo **TITLE** al tag **A HREF**. Esempio:

```
<A HREF="http://www.gdesign.it" TITLE="Principi di web design">www.gdesign.it</A>
```

Mettendo il cursore del browser sopra questo link, dopo circa un secondo apparirà il titolo: "Principi di web design". Il titolo, che appare proprio mentre l'utente sta pensando a che tipo di sito è [www.gdesign.it](http://www.gdesign.it), gli dà una chiara indicazione su cosa può aspettarsi di trovare seguendo quel link. Questo farà perdere meno tempo ai vostri utenti che non dovranno necessariamente seguire un link per capire di cosa tratta e stabilire se sono interessati o meno.

È evidente che il titolo dei link è un attributo sicuramente utile che bisogna però usare in modo appropriato. Innanzitutto non si deve esagerare con la lunghezza, è preferibile scrivere titoli dei link lunghi al massimo 50/60 caratteri perché i titoli più corti sono anche i più efficaci. Inoltre, non è necessario aggiungere un titolo a ciascun link. Se, dal testo e dal contesto del link, risulta ovvio capire il tipo di destinazione, mettere il titolo del link ha come effetto una riduzione dell'usabilità perché si aggiunge un elemento superfluo che l'utente deve vedere. Se poi, il titolo di un link si limita a ripetere il testo del link stesso, allora è puramente superfluo. Infatti, non ha alcun senso scrivere:

```
<A HREF="http://www.gdesign.it" TITLE="Principi di web design">Principi di web design</A>
```

Il titolo del link, quindi, deve essere riservato ad informazioni integrative ed il suo uso non deve esimere dal rendere il testo del link comprensibile di per sé, perché gli utenti non devono essere costretti a puntare il cursore sul link per poterne capire il significato.

Vediamo adesso come si comportano i browser nei confronti di questo attributo. Il titolo nel tag A HREF è previsto già dalla versione 2.0 di Html, ma, come al solito, il supporto a questo attributo non è garantito da tutti i browser. Ad esempio Internet Explorer lo riconosce a partire dalla versione 4.0. Fortunatamente, se un browser non supporta i titoli dei link li ignora senza causare problemi. Infatti dal momento che non si tratta né di un nuovo tag né di un elemento che influisce sull'impaginazione, le pagine appariranno identiche sia che il browser riconosca l'attributo TITLE per un link, sia che lo ignori.

L'unico svantaggio nell'uso dei titoli dei link nasce dal fatto che questi aggiungono circa un decimo di secondo al tempo di caricamento via modem di una pagina web. Ma la maggiore usabilità della navigazione, che si ottiene dai titoli dei link, rende questo svantaggio del tutto accettabile.

© Giuseppe Di Carlo :: Riproduzione vietata ::