

CORSO DI WEB DESIGN

FUNZIONALITÀ, NAVIGABILITÀ, USABILITÀ I META TAG CASCADING STYLE SHEET



**VENETO
FORMAZIONE**

innovazione continua

Organismo
di Formazione
accreditato
dalla Regione
del Veneto



2

FUNZIONALITÀ, NAVIGABILITÀ, USABILITÀ
I META TAG
CASCADING STYLE SHEET

Funzionalità, navigabilità, usabilità

Un buon sito internet deve avere delle caratteristiche tali da renderlo funzionale, navigabile e usabile. Per ottenere questo risultato il Web designer deve seguire delle regole o, in mancanza di queste, delle convenzioni, nel portare avanti il proprio progetto. È importante che anche al committente vengano rese note tali regole prima di sviluppare il sito web.

Esiste un sito web che raccoglie queste convenzioni, cui i progettisti web si rifanno durante lo svolgimento del proprio lavoro: <http://www.usabile.it>

Tali principi vanno però applicati tenendo sempre conto che esiste un certo margine di flessibilità e che quindi non necessariamente rappresentano un limite per il web designer. Poiché uno degli scopi di un sito internet è quello di rendere conosciuto al maggior numero di persone ciò che rappresenta, l'accessibilità deve essere una delle sue caratteristiche fondamentali.

Rendere un sito accessibile significa proprio renderlo fruibile dal maggior numero di persone, anche dai portatori di handicap.

In Italia esistono delle norme che il progettista del sito deve seguire per garantire a quante più persone di fruire dei contenuti del documento web nel modo più semplice e veloce possibile.

Ricordiamo:

- La **legge 9 gennaio 2004 n. 4**, meglio conosciuta come “**Legge Stanca**” espone quelli che sono i principi che stabiliscono chi sono i soggetti che devono garantire l'accessibilità ai propri siti e sistemi informatici anche per coloro che necessitano di tecnologie assistive.
- Il **decreto ministeriale del 20 marzo 2013** elenca 12 regole, aggiornando di fatto le 22 regole precedentemente stabilite dal **decreto ministeriale dell'8 luglio 2005**, alle quali i siti si devono attenere per ritenersi accessibili.



Tali norme devono essere osservate in particolar modo dalle pubbliche amministrazioni, gli enti pubblici economici, le aziende private concessionarie di servizi pubblici, gli enti di assistenza e di riabilitazione pubblici, le aziende di trasporto e di telecomunicazioni a prevalente partecipazione di capitale pubblico, le aziende municipalizzate regionali e le aziende appaltatrici di servizi informatici.

NOTA

Esistono alcuni link disponibili, di seguito elencati che permettono di approfondire questo argomento:

- <http://www.usabile.it/leggestanca.html>
- <http://www.leggestanca.it/> (da cui è possibile scaricare alcuni manuali)
- <http://accessibile.diodati.org/agc/index.html> (ottimo libro sull'accessibilità)
- <http://www.webaccessibile.org/normative/nuovi-requisiti-di-accessibilita-cosa-cambia-per-la-pa-e-non-solo/>

ALCUNI PRINCIPI DA TENERE IN CONSIDERAZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI UN SITO WEB

Esistono alcuni principi generali che il web designer dovrebbe sempre prendere in considerazione. Ad esempio è fondamentale tenere informato l'utente sullo stato della sua azione nel sito evidenziando i link attivi, mostrando le briciole di pane (la successione delle pagine che l'utente ha visitato per arrivare alla pagina in cui si trova) oppure indicando chiaramente all'utente che la sua richiesta di informazioni è stata inoltrata. Anche l'utilizzo di un corretto linguaggio ha la sua importanza, infatti è indispensabile che l'utente possa comprendere e memorizzare i contenuti del sito il quale deve presentare un linguaggio per lui semplice e familiare. Questo evita che l'utente abbandoni il sito senza aver usufruito dei contenuti.

È importante anche che i link siano segnalati in modo adeguato e non ambiguo e che siano posizionati dove l'utente si aspetterebbe di trovarli. In questo modo si garantisce al visitatore il controllo della navigazione e un accesso agevole agli argomenti



CONSIGLI UTILI

- Scegliere delle convenzioni sulla colorazione e sull'aspetto dei link da seguire in tutto il sito (l'ideale sarebbe link blu sottolineati)
- Posizionare gli elementi della navigazione (come il menu) sempre nello stesso posto per tutte le pagine

Un'altra cosa da tenere in considerazione è il layout grafico che dovrebbe essere lo stesso per tutte le pagine del sito, mantenendo nella stessa posizione loghi ed immagini, dando dei punti di riferimento stabili al visitatore, evitando che debba sforzarsi ad orientarsi all'interno delle pagine dello stesso sito.



Figura 1 - Esempio di link che non indicano chiaramente la pagina a cui danno accesso

È opportuno indicare chiaramente dove porteranno i link e cosa conterranno le pagine ad essi associate evitando di generare false aspettative e confusione nella scelta delle pagine da visitare.

È bene rendere inoltre sempre disponibili le funzioni per ritornare alla “home page” o ai punti principali del sito.

In altre parole, alcuni consigli da tenere in considerazione sono di utilizzare etichette adeguate per i link in modo che l'utente sappia con esattezza che pagina si sta accingendo a visitare, mettere sempre un testo descrittivo alle icone o alle immagini che inseriamo in modo che capisca la loro funzione e dare sempre la possibilità di tornare alla pagina che si trova al livello superiore nell'alberatura del sito: questo vuol dire che se si entra, ad esempio, nella pagina “prodotti”, si deve avere sempre la possibilità di tornare alla pagina precedentemente visualizzata senza essere costretti a ripetere la navigazione dall'inizio del catalogo.

È consigliabile, inoltre, scegliere sempre un layout che sia quanto più possibile semplice e schematico in maniera tale da facilitare l'individuazione e la consultazione delle informazioni nella pagina.

Un altro principio da seguire nella progettazione di siti, soprattutto complessi, è la strutturazione del sito in maniera tale da garantire una navigazione differenziata a seconda del livello di esperienza del visitatore; ci sono infatti utenti poco esperti che amano essere guidati passo dopo passo nella navigazione e ci sono anche utenti più esperti che amano utilizzare scorciatoie. La progettazione deve inoltre garantire che il tempo di attesa per la visualizzazione completa della pagina web non superi i 10 secondi, tempo oltre il quale l'utente (soprattutto se non dotato di una connessione molto veloce) potrebbe spostarsi su altri siti. Per questo è bene evitare l'utilizzo di immagini o altri contenuti troppo pesanti o di scarsa rilevanza e utilità.

Bisogna tenere presente che il sito internet non deve mai avere bisogno di un manuale di istruzioni e le informazioni ricercate devono essere raggiungibili attraverso il minor numero di click possibile. Inoltre, qualora si presentassero dei messaggi di errore, è bene che spieghino dettagliatamente il problema riscontrato suggerendo sempre una soluzione precisa allo stesso.



Codice HTML – I meta tag

I meta tag sono dei tag particolari che forniscono delle informazioni aggiuntive, dette anche meta-informazioni. Alcuni di questi sono stati pensati appositamente per migliorare il posizionamento del sito nei motori di ricerca, altri invece hanno puramente una funzione informativa.

I meta tag devono essere sempre inseriti all'interno dell'istruzione **<head>...</head>**, devono sempre essere formati da una coppia nome-valore e hanno tre attributi principali:

- **HTTP-EQUIV**
- **NAME**
- **CONTENT**

È importante inoltre segnalare che i tag meta non necessitano di un tag di chiusura. Un esempio della corretta sintassi di base è il seguente:

```
<meta name="nome" content="valore">
```

All'interno dell'attributo "name" si deve indicare il tipo di meta tag che si intende usare, mentre all'interno dell'attributo "content" si deve inserire il valore voluto.

Questo attributo raccoglie informazioni per i browser e per i robot, utili inoltre all'utente per conoscere i dati relativi al sito per esempio l'autore del documento.

L'attributo "http-equiv", invece, contiene informazioni utilizzate nella comunicazione tra server e browser, esso viene quindi letto direttamente dal server ed integra le informazioni utili alla visualizzazione del sito da parte del browser.

Un attributo particolarmente usato in alcune tipologie di siti è **refresh** che specifica il tempo in secondi dopo quali il browser ricarica automaticamente il documento; di seguito la sintassi dell'attributo:

```
<meta http-equiv="refresh" content="5">
```



Vediamo ora quindi quali sono i principali tag meta e a che cosa servono:

IL META TAG AUTHOR

La funzione del “meta tag author” è semplicemente quella di indicare il nome dell'autore del sito o della pagina web.

La funzione di questo meta tag è puramente informativa e non andrà ad influire in nessun modo sul posizionamento nei motori di ricerca. La sua sintassi è:

```
<meta name="author" content="Mario Rossi">
```

In questo modo indichiamo che il nome dell'autore del sito è Mario Rossi.

IL META TAG COPYRIGHT

Anche in questo caso la funzione di questo tipo di meta tag è solo a scopo informativo e serve per ricordare che il sito web è coperto dal diritto d'autore e quindi ha l'utilità di rendere non scusabile l'ignoranza dell'ipotetico contravventore.

```
<meta name="copyright" content="2012&copy; Veneto Formazione s.r.l.">
```

Indica che Veneto Formazione è proprietaria dei diritti del sito www.venetoformazione.it.

IL META TAG KEYWORD

Questo tag è stato creato per fare in modo che il sito venga indicizzato dai motori di ricerca con alcune parole definite dal web designer. Ha però perso un pò della sua importanza negli ultimi anni in quanto alcuni motori di ricerca, come Google, non fanno riferimento alle parole chiave per l'indicizzazione, puntando su altri fattori. È sbagliato però pensare che l'utilizzo di questo tag sia inutile e che tutti utilizzino Google per fare le loro ricerche sul web, soprattutto se il sito che si sta creando contiene più lingue. Bisogna tener conto del fatto che ci sono alcuni paesi in cui google ha una minor fetta di utenza rispetto all'Italia e che ci sono paesi (ad esempio la Cina) in cui Google al momento non esiste nemmeno. Quindi, affinché il sito sia trovato da un numero più elevato possibile di motori di ricerca, è utile inserire delle parole chiave che lo caratterizzano e che rispecchiano l'argomento trattato.



In genere non è bene aggiungere troppe parole alla lista delle keyword, infatti i motori di ricerca spesso prendono in considerazione non più di 20 parole. Anche l'uso di termini generici è sconsigliato, perché termini come “casa” o “computer” rischiano di penalizzare il sito in quanto sono troppo d'uso comune.

```
<meta name=keywords content=”Meta-tag Meta tags meta tag motori di ricerca motore di ricerca search engine search engines”>
```

Dall'esempio riportato qui sopra possiamo inoltre notare che sono state inserite delle parole chiave al plurale e delle parole chiave al singolare.

IL META TAG DESCRIPTION

Quando si esegue una ricerca con un motore di ricerca, nella lista dei risultati ottenuti compare un elenco ordinato (chiamato anche SERP, ovvero, search engine results page) con i collegamenti che portano al sito ricercato. Sotto a questi link si trova sempre una breve descrizione che fa capire all'utente di cosa tratta il sito.

Solitamente i più importanti motori di ricerca generano questa descrizione automaticamente basandosi sul contenuto delle pagine, se però questo contenuto non risulta essere abbastanza esplicativo verrà utilizzata la descrizione inserita all'interno del tag “description”. Il meta tag description, infatti, è un buon modo per fornire un riepilogo conciso e leggibile dei contenuti di ogni pagina e a far sì che per l'utente sia più semplice capire l'argomento trattato dal sito.

Esempio della sintassi del tag Description:

```
<meta name=”description” content=”Corsi alta formazione - Veneto Formazione organizza corsi di base ed avanzati per privati ed aziende nel Veneto e Friuli Venezia Giulia. Corsi ECDL per il conseguimento della patente europea del computer”>
```



CONSIGLI UTILI

Di seguito vengono riportati alcuni consigli per migliorare l'efficienza del tag description:

- Assicurarsi che ogni descrizione sia chiara e veramente esplicativa.
- Descrizioni identiche o simili in ogni pagina di un sito non sono utili quando nei risultati web vengono visualizzate singole pagine. È utile quindi creare una descrizione specifica per ogni pagina in modo che colui che esegue la ricerca conosca sempre l'argomento che verrà trattato all'interno della pagina che sta per visitare.
- Non è necessario che il meta tag sia rappresentato solo da una frase. Essa è anche il punto ideale per inserire dati strutturati sulla pagina. Ad esempio, notizie o post su blog possono indicare l'autore, la data di pubblicazione e informazioni sulle fonti. In tal modo, i potenziali visitatori otterranno informazioni molto pertinenti che altrimenti non potrebbero essere visualizzate. Analogamente, nelle pagine dei prodotti, le informazioni chiave (prezzo, età, produttore) possono essere distribuite in tutta la pagina. Una meta descrizione accurata raggruppa tutti questi dati.
- Non usare descrizioni troppo lunghe (alcuni sconsigliano di utilizzare più di 100 caratteri).



CSS - Cascading Style Sheets

Mentre HTML è un linguaggio che definisce la struttura delle pagine web, il CSS (Cascading Style Sheets o Fogli di stile) è un linguaggio che va a definire la formattazione dei documenti ipertestuali. Esso nasce nel 1996 ed è regolato da un insieme di direttive emanate dal W3C che sono andate a sopperire all'esigenza di separare i contenuti dalla formattazione ed ottenere una programmazione più chiara e semplice da utilizzare.

```
1 @charset "utf-8";
2 /* CSS Document */
3
4 h1 {
5     margin:0 0 10px 0;
6     padding:0 0 5px 0;
7     font-size:24px;
8     color:#006598;
9     font-weight:normal;
10    border-bottom:1px solid #006598;
11    line-height:27px;
12 }
13 h2 {
14     margin:0 0 10px 0;
15     font-size:20px;
16     font-weight:normal;
17     color:#006598;
18     line-height:23px;
19 }
20 h3 {
21     font-size:16px;
22     color:#006598;
23     font-weight:normal;
24     margin:0 0 10px 0;
25 }
26 p {
27     margin:0 0 10px 0;
28 }
29 strong {
30     font-weight:bold;
31     font-style:italic;
32     color:#00A3F2;
33 }
```

Figura 2 - Esempio di un foglio di stile (CSS)

In passato la formattazione delle pagine web veniva fatta attraverso alcuni tag HTML creati appositamente per questo scopo. L'introduzione del CSS ha permes



so di svolgere questa funzione con notevoli vantaggi quali un minor peso delle pagine web con una conseguente maggiore velocità di caricamento, la possibilità di diversificare il layout del documento ipertestuale a seconda del media utilizzato e il miglioramento della leggibilità ed accessibilità del sito.

È bene sapere che ogni browser ha un suo diverso CSS di default. Tuttavia il foglio di stile compilato dal web designer per il proprio sito ha una priorità maggiore rispetto a quello del browser che ha l'utilità di sopperire ad eventuali mancanze nel foglio di stile del sito.

Ci sono due diversi modi per inserire il codice CSS nel documento ipertestuale:

- **CSS esterni:** è esterno un foglio di stile definito in un file separato dal documento. Si tratta di semplici documenti di testo editabili anche con il Blocco Note o TextEdit ai quali si assegna l'estensione .css.
- **CSS interni:** un foglio di stile si dice invece interno quando il suo codice è compreso in quello del documento HTML. I CSS interni si applicano utilizzando l'attributo `style="..."` dopo aver dichiarato un tag. Ad esempio:

```
<p style="color: #F00;">Esempio</p>
```

In questo modo il testo del paragrafo creato sarà di colore rosso.

CREAZIONE DEL FOGLIO DI STILE ESTERNO

Come detto in precedenza, il foglio di stile esterno è un semplice foglio di testo che potrebbe essere creato utilizzando il blocco note o il text edit cambiando però l'estensione in ".css" al momento del salvataggio del file. Solitamente però per questa operazione viene utilizzato un programma come PHPSTORM o simile.

Apriamo il programma PHPSTORM e dal menù file clicchiamo sulla voce "New..." e dalla finestra laterale selezioniamo la voce Stylesheet. Successivamente cliccare sul pulsante "OK".



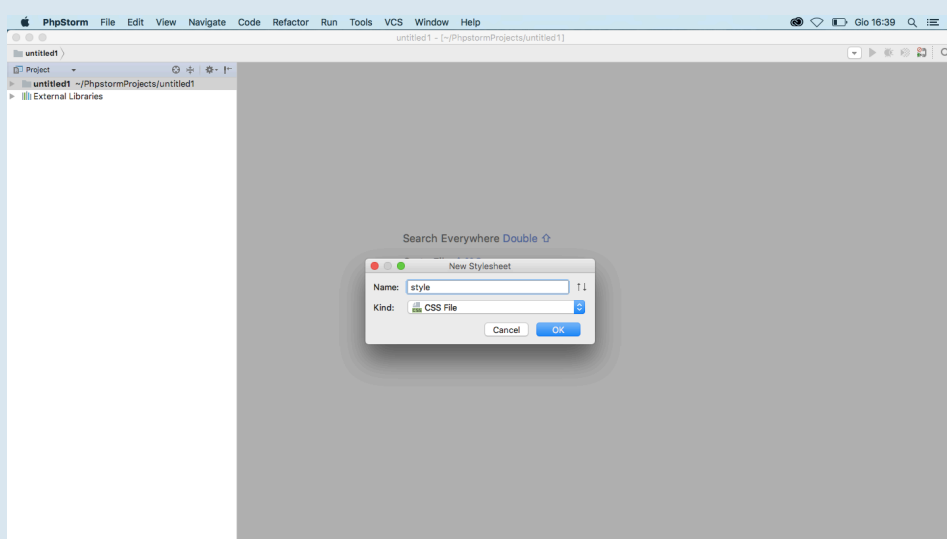


Figura 3 - Finestra Nuovo documento in PhpStorm

Comparirà una finestra simile a quella mostrata nella figura 4.

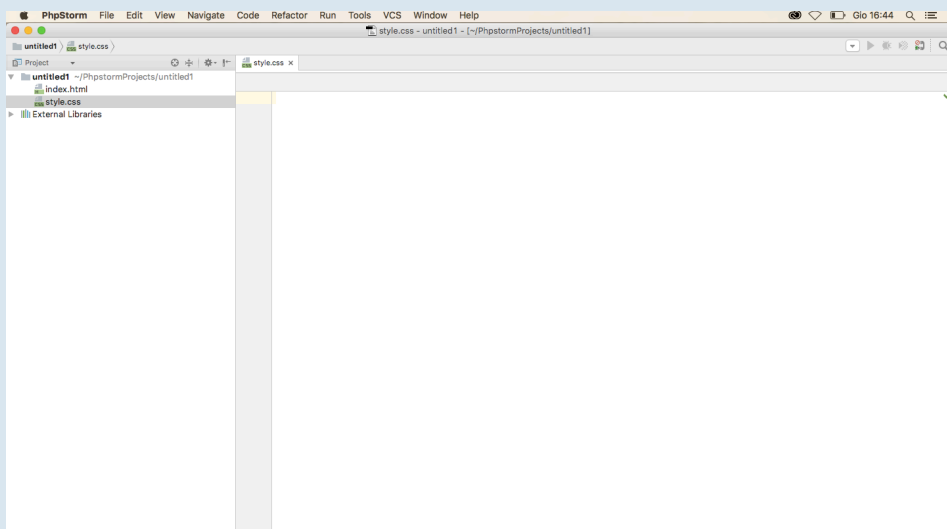


Figura 4 – Documento CSS



NOTA

è buona abitudine salvare il file (o i file) CSS all'interno di una cartella dedicata così da separarlo dai documenti (X)HTML del sito.

COLLEGARE UN FOGLIO CSS ESTERNO

I fogli di stile esterni sono quelli più utilizzati dai web designer ed esistono due modi per collegarli ad un documento ipertestuale:

Primo metodo

Il primo metodo che si può utilizzare consiste nel tag “link” e in alcuni suoi attributi. Questo tag va inserito all'interno del tag `<head>...</head>`.

Vediamone un esempio:

```
<head>
<title>inserire un foglio di stile in un documento HTML</title>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/style.css">
</head>
```

Come possiamo vedere nel riquadro soprastante il tag `<link.../>` ha i seguenti attributi:

- **rel:** è un tipo di attributo obbligatorio che definisce la relazione tra il documento ipertestuale e il foglio di stile collegato. Esso ha due valori possibili: `stylesheet` che definisce il foglio di stile predefinito per il sito e `alternate stylesheet` che è un foglio di stile alternativo creato appositamente per far scegliere all'utente uno stile per il sito diverso da quello proposto.
- **href:** serve a definire l'URL (la posizione in cui si trova il file CSS) del foglio di stile e anche questo è obbligatorio.
- **type:** è un altro attributo obbligatorio che identifica il tipo di dati da collegare. Per i CSS l'unico valore possibile è `text/css`.
- **media:** con questo attributo si identifica il supporto (schermo, stampa, etc) a cui applicare un particolare foglio di stile. Questo attributo invece è opzionale.



Secondo metodo

Il secondo metodo che si può utilizzare per collegare un CSS è quello di utilizzare la regola “import” all’interno del tag `<style>...</style>`. Affinché esso possa funzionare non bisogna dimenticare che va inserito all’interno del tag `<head>...</head>`. Troviamo un esempio nella seguente figura:

```
<head>
<title>inserire un foglio di stile in un documento HTML</title>
<style>
  @import url(css/style.css);
</style>
</head>
```

Questo metodo risulta particolarmente utile per risolvere problemi di compatibilità tra vecchi e nuovi browser.

INCORPORARE I FOGLI DI STILE NEL DOCUMENTO HTML

I fogli incorporati sono quelli inseriti direttamente nel documento HTML tramite il tag `<style>`. Anche in questo caso la dichiarazione va posta all’interno della sezione `<head>`:

```
<html>
  <head>
    <style type="text/css">
      body {background:#fff;}
      p {color:#000;}
    </style>
  </head>
  <body>
```



CSS IN LINEA

L'ultimo modo consiste nell'uso dell'attributo HTML style. Si tratta di un attributo applicabile a tutti gli elementi. La dichiarazione avviene a livello dei singoli tag contenuti nella pagina e per questo si parla di fogli di stile in linea.

La sintassi generica è la seguente:

```
<elemento style="regola">
```

Ecco un esempio:

```
<h1 style="color:#FF0000; background-color:#000000;">  
    Testo di esempio  
</h1>
```

Da notare è la possibilità di dichiarare più regole di stile. Esse vanno separate dal punto e virgola. I due punti si usano invece per introdurre il valore della proprietà da impostare.

SINTASSI DI UN FOGLIO DI STILE

Un foglio di stile è costituito da una serie di regole che definiscono l'aspetto di ogni singolo elemento della pagina Web.

Volendo formattare il tag h1 inserito in un documento HTML, la regola avrà la seguente forma:

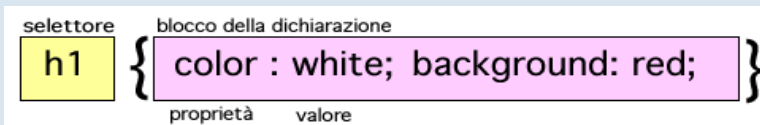


Figura 5 - Sintassi di una regola CSS

L'illustrazione mostra la tipica struttura di una regola CSS. Essa è composta da due blocchi principali:

- **il selettore**
- **il blocco delle dichiarazioni**



Il blocco delle dichiarazioni è delimitato da due parentesi graffe, all'interno delle quali possono trovare spazio più dichiarazioni separate l'una dall'altra da un punto e virgola. Le dichiarazioni sono formate da una coppia data da una proprietà ed un valore. Nel nostro esempio `h1` è il selettore che fa riferimento al tag nel codice HTML e il blocco della dichiarazione è composto dalle proprietà `"color"` e `"background"` e dai valori `"white"` e `"red"`. Quindi, come si vedrà successivamente, il testo contenuto all'interno del tag `h1` diventerà bianco con sfondo rosso.

LA PROPRIETÀ COLOR

La proprietà `color` viene utilizzata principalmente per stabilire il colore che deve assumere il testo di un tag. Proviamo a svolgere il seguente esercizio:

creare un documento HTML e salvarlo con il nome `"index.html"` e seguire le istruzioni riportate nella figura che segue.

```
<!doctype html>
<html>
  <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <title>primi esempi di utilizzo del CSS</title>
    <link rel="stylesheet" type="text/css"
      href="css/style.css">
  </head>
  <body>
    <p>
      utilizzo delle regole CSS
    </p>
  </body>
</html>
```

Apriamo il documento nel browser e vediamo il risultato.

Ora, nella cartella dove si è salvato il file `index.html` creare una cartella e chiamarla `"css"` e al suo interno salvare il file `style.css`. Scriviamo all'interno del file `style.css` la



regola riportata nella figura sottostante.



Figura 5 - Risultato nel browser del file index.html

```
@charset "UTF-8";  
/* CSS Document */  
  
p {  
  color:#F00000; /*colore rosso*/  
}
```

Salviamo il documento e aggiorniamo la pagina nel browser.

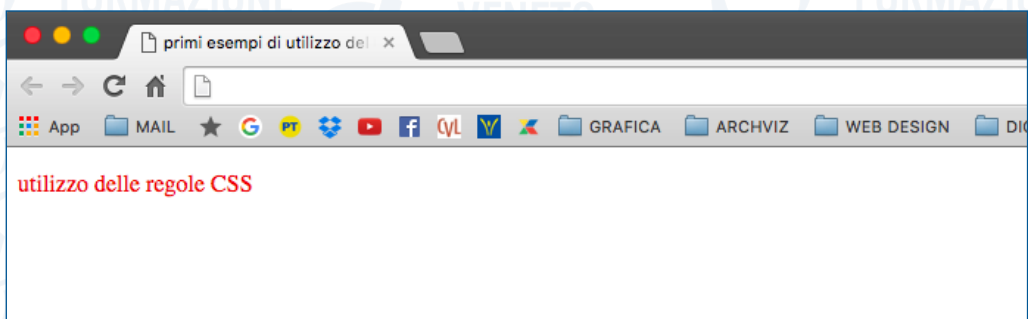


Figura 6 - Risultato nel browser dopo aver inserito una regola nel CSS



METODI DI DEFINIZIONE DEL COLOR

Parole chiave

Esistono diversi metodi per la definizione del colore. Uno di questi è rappresentato dall'utilizzo di 16 parole chiave che rappresentano i colori standard dell'informatica. Tali parole prendono il nome dei colori che rappresentano come da figura che segue:

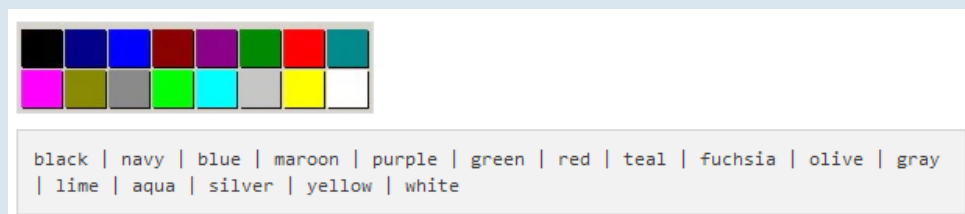


Figura 7 - Colori Standard

#RRGGBB

Un secondo metodo è quello utilizzato nell'esempio sottostante dove è stato utilizzato il sistema numerico esadecimale #F00000 per definire il colore. Quest'ultimo permette di integrare la gamma colori data dalle 16 parole chiave. Le lettere (o i numeri) RR indicano il colore rosso, GG indicano il colore verde e BB il colore blu.

```
p {color:#F00000; /*colore rosso*/}
```

#RGB

Nel caso in cui i codici esadecimali visti in precedenza siano rappresentati da valori duplicati, è possibile utilizzare questo terzo metodo che consente un'abbreviazione in quanto i valori per il rosso, il verde ed il blu vengono rappresentati solo dalla prima cifra. Ad esempio se consideriamo il codice #F00000 esso può essere scritto anche in questo modo #F00.

RGB(RRR%, GGG%, BBB%)

Un altro modo per rappresentare i colori è quello di usare per i tre elementi base del sistema RGB una lista di valori in percentuale separati da una virgola.

Per indicare il nero useremo, ad esempio: **rgb(0%, 0%,0%)**

Per il bianco: **rgb(100%, 100%,100%)**



RGB(RRR, GGG, BBB)

Ulteriore metodo è quello di definire i valori di rosso, verde e blue con tre valori compresi, rispettivamente, tra 0 e 255. Sistema ben noto a chi usa programmi di grafica. Il range 0-255 è l'equivalente decimale di quello esadecimale 00-FF visto in precedenza. Anche qui, i tre valori vanno separati da una virgola.

Questo è il codice del nero:

rgb(0, 0, 0,)

Per il bianco:

rgb(255, 255, 255)

RGBA(RRR, GGG, BBB, a)

Nuovo metodo introdotto grazie al CSS3 è quello che utilizza la definizione del colore attraverso una notazione RGBA: Rosso (Red), Verde (Green), Blue (Blue) e Alfa. 'Alfa' fa riferimento ad un'informazione extra, quella relativa al cosiddetto 'canale alfa', tramite il quale possiamo impostare la trasparenza del colore definito in RGB.

Questo è il codice del nero al 50% di opacità:

rgba(0, 0, 0, 0.5);

Per il bianco al 50% di opacità:

rgba(255, 255, 255, 0.5)

Ricordiamoci inoltre che usando 0.0 come valore alfa si ottiene un colore completamente trasparente; usando 1.0 il colore è completamente opaco, il che equivale a non usare il canale alfa, che ha come default il valore 1.0.



LA PROPRIETÀ BACKGROUND-COLOR

La proprietà background-color definisce il colore di sfondo di un elemento. La sua sintassi è la seguente:

```
p {  
  color:#F00000;  
  background-color:#FF0;  
}
```

Aggiornare il CSS creato in precedenza come nella figura 12, salvare il documento e aggiornare la pagina nel browser.

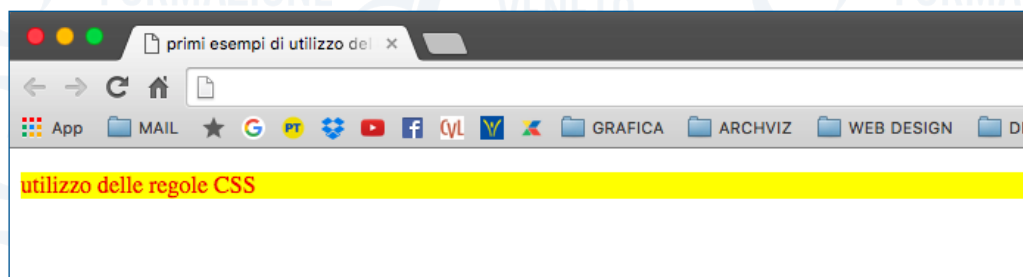


Figura 8 - Risultato ottenuto usando la proprietà background-color

Al posto del colore è possibile utilizzare il valore trasparente:
background-color: transparent;

Usando transparent come valore un elemento lascerà trasparire il colore dell'elemento che lo contiene.

LA PROPRIETÀ FONT-SIZE

La proprietà font-size è utile per modificare la dimensione del testo. Aggiungiamo nel CSS la proprietà font-size come nella casella alla pagina seguente.



```
@charset "UTF-8";  
/* CSS Document */  
  
p {  
  color:#F00000;  
  background-color:#FF0;  
  font-size:30px;  
}
```

Aggiorniamo la pagina nel browser e controlliamo che il risultato assomigli al risultato che si vede nella figura successiva.



Figura 9 - utilizzo del font-size

Esistono due modi per definire il valore della proprietà font-size:

VALORI ASSOLUTI: non dipendono da nessun altro elemento e sono quelli definiti dall'unità di misura usata. I modi per definire i valori assoluti sono:

- le sette parole chiave xx-small, x-small, small, medium, large, x-large, xx-large
- quelli espressi con le seguenti unità di misura: pixel (px), punti (pt). Più alto sarà il valore indicato e più grande risulterà il testo nel documento ipertestuale. Si consiglia di usare la seconda solo per CSS destinati alla stampa.



VALORI RELATIVI:

- le parole chiave `smaller` e `larger`
- quelli espressi in em (`em-height`)
- quelli espressi in percentuale

LA PROPRIETÀ FONT-WEIGHT

La proprietà `font-weight` serve per definire la consistenza o “peso” visivo del testo. Come fatto per le altre proprietà passiamo subito ad un esempio pratico visualizzato nella figura qui sotto.

```
@charset "UTF-8";  
/* CSS Document */  
  
p {  
  color:#F00000;  
  background-color:#FF0;  
  font-size:30px;  
  font-weight:bold;  
}
```

Aggiornando la pagina nel browser otterremo questo risultato:



Figura 10 - Risultato della proprietà `font-weight`



I valori che è possibile immettere in questa proprietà sono:

- **valori numerici:** 100 – 200 – 300 – 400 – 500 – 600 – 700 – 800 – 900.
Ordinati in senso crescente (dal leggero al pesante)
- **normal:** Valore di default.
E' l'aspetto normale del font ed equivale al valore 400
- **bold:** Il carattere acquista l'aspetto che definiamo in genere grassetto.
Equivale a 700
- **bolder:** Misura relativa.
Serve a specificare che una determinata porzione di testo dovrà apparire più pesante rispetto al testo dell'elemento che lo contiene
- **lighter:** Misura relativa.
Il testo sarà più leggero di quello dell'elemento che lo contiene.

LA PROPRIETÀ FONT-FAMILY

La proprietà font-family permette di istruire il browser sul tipo di carattere che si vuole utilizzare per il testo. Un esempio della sintassi della proprietà font-family è il seguente:

```
p { font-family: arial, Verdana, sans-serif;}
```

Come si può notare i tipi di carattere riportati sono più di uno, questo perché il W3C ha creato un meccanismo che consente all'autore di impostare nei CSS non un font singolo e unico, ma un elenco di caratteri alternativi.

Quando la pagina verrà caricata, il browser tenterà di usare il primo font della lista.

Se questo non è disponibile userà il secondo. In mancanza anche di questo verrà utilizzato il font principale della famiglia sans-serif presente sul sistema.

La spiegazione di tutto ciò è semplice: ovviare al problema dei diversi font presenti sulle piattaforme software.

Dunque: quando si imposta la proprietà font-family si possono usare tutti i font che si vogliono ma non dimenticare mai di inserire alla fine l'indicazione di una famiglia generica.



Esse sono cinque (tra parentesi riportiamo i caratteri predefiniti su ciascuna sui sistemi Windows):

- **serif** (Times New Roman)
- **sans-serif** (Arial)
- **cursive** (Comic Sans)
- **fantasy** (Allegro BT)
- **monospace** (Courier)

I nomi dei font della lista vanno separati dalla virgola. I caratteri con nomi composti da più parole vanno inseriti tra virgolette. Se si utilizzano famiglie strane e poco comuni come fantasy o cursive bisogna usare più di una famiglia generica. Questa andrebbe sempre messa alla fine, altrimenti risulta praticamente inutile la definizione di font specifici.

Vediamo un esempio pratico anche per la proprietà font-family e modifichiamo il foglio di stile come in figura.

```
@charset "UTF-8";  
/* CSS Document */  
  
p {  
  color:#F00000;  
  background-color:#FF0;  
  font-size:30px;  
  font-weight:bold;  
  font-family:Baskerville, "Palatino Linotype", Palatino,  
  "Century Schoolbook L", "Times New Roman", serif;  
}
```

Salviamo il documento e aggiorniamo la pagina nel browser.





Figura 11 - Risultato dell'utilizzo di font-family.

LA PROPRIETÀ TEXT-SHADOW

Un effetto interessante definito nella specifica CSS3 è quello che consente di creare un testo ombreggiato grazie alla proprietà text-shadow.

La regola con la quale applicare l'ombra al testo è la seguente:

```
p { text-shadow: 2px 2px 3px #333; }
```

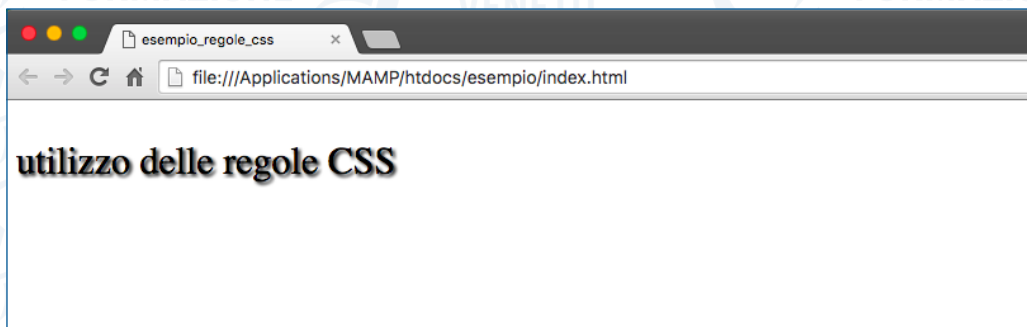


Figura 12 - Risultato dell'utilizzo di text-shadow.

La definizione dell'ombra si imposta con quattro valori:

- il primo (2px) definisce lo spostamento dell'ombra sull'asse orizzontale (x);
- il secondo (2px) definisce lo spostamento dell'ombra sull'asse verticale (y);
- il terzo valore (3px) imposta il livello di sfocatura (blur), se si usa 0 otterremo un'ombra netta e senza sfocatura;
- il quarto valore (#333) definisce il colore dell'ombra.



