

Area

SCENARI EDITORIALI

Anno 2015

N. Doc

C-1

Pagine

4

TITOLO

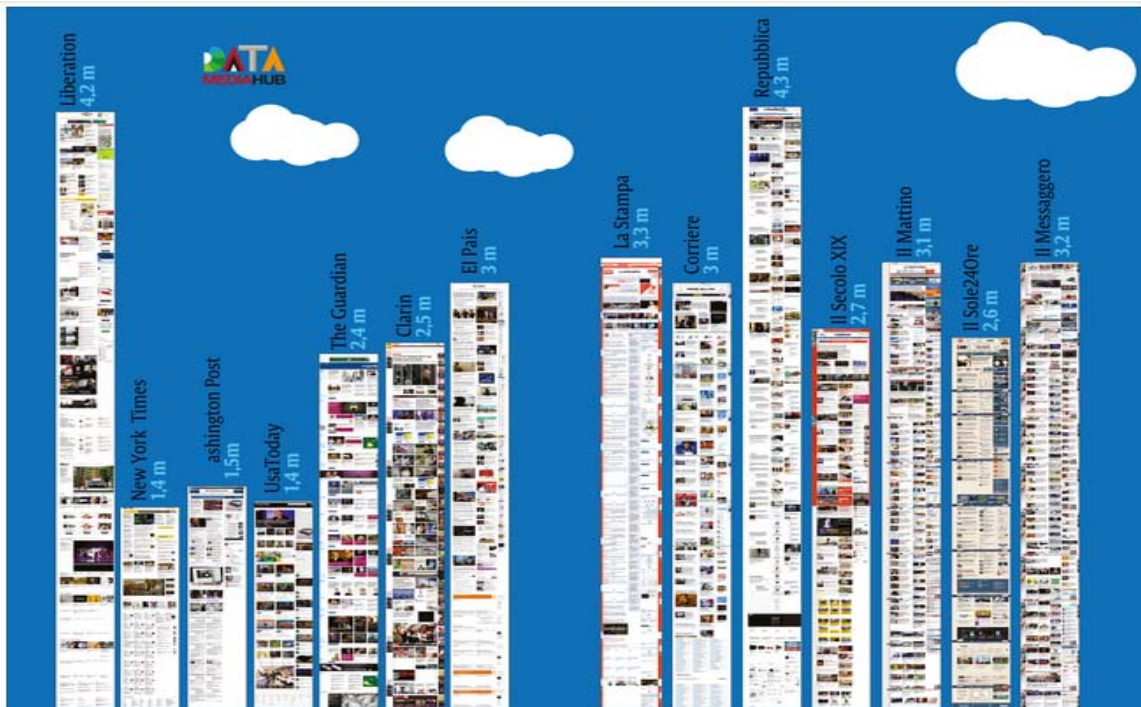
IL “CELOLUNGHISMO” DEI SITI DEI QUOTIDIANI ITALIANI

Fonte

Elaborazioni ANES Monitor su dati DataMediaHub

IL “CELOLUNGHIISMO” DEI SITI DEI QUOTIDIANI ITALIANI

Prima di copertina e home page



NOTA METODOLOGICA Gli screen shot dei vari siti sono stati estratti con SreenCapture, estensione per Chrome che genera una immagine dell'intera homepage scelta. Poi tutte le immagini sono state portate a una base di 1.000 pixel, misura usata come riferimento (990 per essere esatti) nell'ora di disegnare una pagina web. A quel punto si ottiene automaticamente, e in proporzione, il totale dell'altezza.

Una copertina con più di 4 metri di altezza e con un totale di oltre 150 richiami oltre a una mezza dozzina di inserti speciali: chi comprerebbe mai un giornale così?

Evidentemente nessuno. Così come nessun editore si lancerebbe in una operazione del genere. Almeno se si guarda al mondo della carta stampata. In realtà i giornali stanno più o meno tutti diminuendo il proprio spazio editoriale attraverso due strumenti: la riduzione del formato e la riduzione del numero di pagine per singola edizione. La carta costa, parecchio.

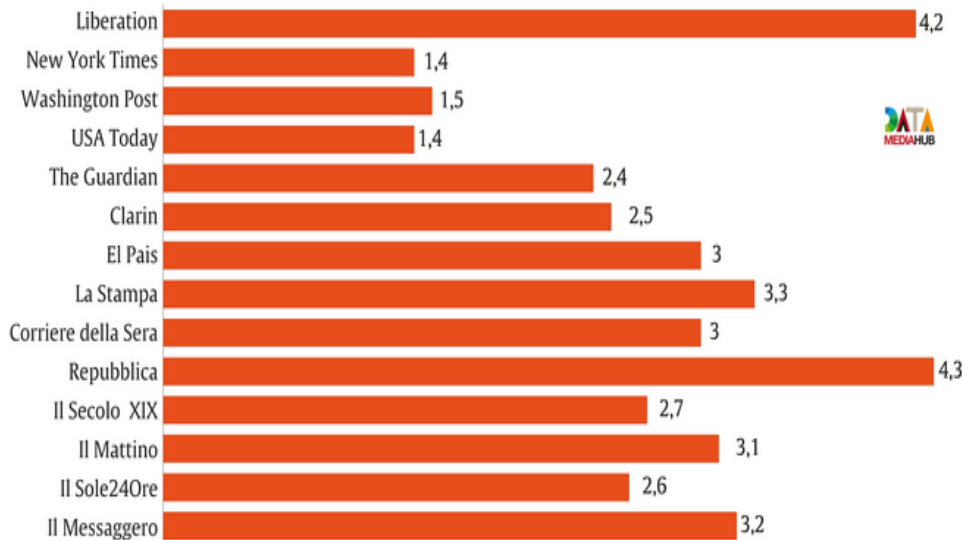
Per quanto paradossale possa sembrare, per le versioni online dei siti di informazione la situazione è completamente diversa.

In questo caso i giornali italiani sembrano afflitti da una sorta di “celolunghismo” cronico. Tutti, grandi e piccoli, nazionali e locali, sono caratterizzati da una lunghezza della homepage eccessiva se non infinita, maggiore di quella dei siti di giornali americani, francesi, brasiliani o spagnoli. E non c'è da esserne troppo fieri.

IL "CELOLUNGHISMO" DEI SITI DEI QUOTIDIANI ITALIANI

Comparazione tra le home dei siti di informazione italiani ed esteri

LA LUNGHEZZA DELLE HOME DEI SITI DI INFORMAZIONE (in metri)



Il primato italiano tradisce il fatto di come ancora siano poco chiare la composizione e le necessità della comunità dei propri lettori.

Il risultato è una sorta di minestrone informativo con il maggior numero di ingredienti possibili per accontentare, potenzialmente, un poco tutti. Inoltre si tratta di un equivoco che induce al peggior degli errori giornalistici: rendere il notiziario indistinto e, quindi, far perdere il senso della gerarchia e della rilevanza delle notizie.

E' evidente che già dopo il metro del rullo di una home page di un sito di informazione, la distinzione tra notiziario reale, approfondimenti, pettegolezzi e magari semplici curiosità rischia di vacillare. Così può capitare di avere il nudo di Kate Moss sopra al richiamo sulla richiesta degli utenti alla Apple per ottenere più emoticon con faccine dai capelli rossi, e il tutto magari al fianco all'espulsione di Battisti da Brasile.

In Italia prevale l'ansia da click o da prestazione, il desiderio di acciuffare il maggior numero di pagine viste attraverso anche un numero esagerato di titoli e richiami, con l'inevitabile pericolo dello scivolone su temi come il pettegolezzo inutile.

I siti italiani necessitano di una diversa organizzazione delle notizie

Quella dello scroll infinito è un tipo di organizzazione introdotta dai social, che però hanno altra funzione: raccontano in tempo reale le conversazioni tra utenti, chiacchiere peraltro non sempre interessanti o di rilievo giornalistico.

I siti di informazione dovrebbero avere altra funzione: cercare di raccontare tutto non risulta essere una scelta intelligente.

I siti italiani sono più lunghi di quelli stranieri ma non fatti meglio; necessitano di una diversa organizzazione delle notizie.

IL “CELOLUNGHISMO” DEI SITI DEI QUOTIDIANI ITALIANI

Comparazione tra le home dei siti di informazione italiani ed esteri

La situazione all'estero oggi è decisamente diversa.

In generale in Europa non si superano i tre metri. E non tragga in inganno l'esempio di Liberation che si distingue con una home da 4 metri abbondanti. Quella lunghezza è dovuta al carattere profondamente fotografico, e immagini enormi ma di elevata qualità nella parte centrale, cosa che rende il loro sito estremamente gradevole. Il sito ha un lunghezza abbondante per causa delle splendide foto che propongono a metà “scroll”.

Negli Stati Uniti invece si viaggia spesso appena sopra il metro e mezzo per una home.

E' il caso di Usa Today e Washington Post. Il New York Time da tempo si è attestato al metro e quaranta. E a contare il numero di titoli ci si ferma a un totale che si aggira intorno ai 60 richiami. Non solo, ma l'organizzazione delle notizie dei siti di informazione americani spesso è da manuale. Il Nytimes è strutturato in modo che siano riconoscibili i richiami “Hard News” (in apertura) seguiti da un blocco “multimedia” che taglia la home grosso modo alla metà del rullo e con subito sotto i titoli relativi alle varie sezioni del quotidiano: sport, opinioni, dal mondo e via dicendo. In sintesi, a parte il vantaggio di uno “scrolling” ridotto, **un terzo in meno rispetto alla media italiana** - e di un totale decisamente ridotto di richiami, avere una organizzazione con una parte superiore di Hard news, e una inferiore con “Le altre notizie” **facilita, e non di poco, la navigazione e la comprensione delle gerarchie.**