

Scrivere per il Web: intervista a Riccardo Staglianò

di: Andrea Spila 19 Dicembre 2001

«Saranno sempre i **testi** ad avere l'importanza maggiore, sarà la loro qualità a decidere se la gente leggerà un giornale o un altro. E la capacità di inglobare, nel testo, altre informazioni (non necessariamente testuali) sarà la sfida che i giornalisti online dovranno saper affrontare».

Riccardo Staglianò, scrittore e giornalista, si occupa prevalentemente di new media. Ha pubblicato vari libri su Internet e, più recentemente, "Bill Gates. Una biografia non autorizzata" (Feltrinelli, 2000). Oltre all'attività giornalistica, si occupa di formazione insegnando "Teoria e tecniche dei nuovi media" all'università Roma Tre.

Con lui parliamo del futuro del giornalismo online.

In una recente ricerca sulla lettura in rete, realizzata dalla Stanford University, si è scoperto che i lettori di notiziari online tendono a concentrare più l'attenzione sui testi che sulle immagini. Ci troviamo di fronte a un nuovo genere di lettori?

È un risultato che ha preso in contropiede molti esperti di new media, e soprattutto di designer di siti che puntavano molto su **animazioni** ed **effetti speciali** vari. Per chi ha scommesso tutto su tecnologie come **Flash** e **Shockwave**, molto utilizzate nelle homepage delle celebrità o dei videogiochi online, è stata una notizia feroce. Alla fine, diceva lo [studio della Stanford University](#), realizzato in collaborazione con il Poynter Institute, e pubblicato nel maggio del 2000

:

- il 92% di chi legge abitualmente giornali elettronici si sofferma per prima cosa su titoli e articoli;
- poco più della metà (64%) si lascia attrarre dalle fotografie;
- appena 2 su 10 guardano il corredo di schede e grafici.

Tutto quello che si diceva, infatti, sulla specificità multimediale dei giornali online, ovvero il fatto che - a differenza di quelli di carta - potevano incorporare, oltre alle immagini, addirittura animazioni, suoni e video, subisce un radicale ridimensionamento e il buon vecchio testo rimane l'attrattiva principale.

Come si spiega secondo te questo risultato?

Alcuni hanno letto questo dato come figlio di un momento di transizione: il Web è ancora lento, e questo spiega la persistenza della **leggera parola** sulla **pesante grafica**. Secondo Steve Outing, decano dei commentatori sul giornalismo online, "su Internet le immagini hanno una qualità minore e vengono visualizzate più lentamente" e per questo non risulterebbero così eccitanti per i nuovi lettori.

Questo alibi, però, non reggerà più per molto: dopo tanti anni di promesse la **larga banda** sta

diventando, finalmente, una realtà. E con la velocità di connessione che ne deriverà anche le immagini (e il resto) potranno fluire senza intralcio. Comunque, nella mia opinione, saranno sempre i **testi** ad avere l'importanza maggiore, sarà la loro qualità a decidere se la gente leggerà un giornale o un altro. E la capacità di inglobare, nel testo, altre informazioni (non necessariamente testuali) sarà la sfida che i giornalisti online dovranno saper affrontare.