

Un bel bisturi per i siti Mediaset

Di Marco Deseri

Questo articolo è un estratto da “Un bel bisturi per i siti Mediaset”, pubblicato su ItaliaOggi.it del 22/3/2004. È stato tagliato in alcune parti e presenta piccoli adattamenti.

Un bel bisturi per i siti Mediaset

- La homepage.
- L'interazione con il sito.
- Aspetti tecnici.
- Il giudizio.

Informazione, contenuti multimediali, resoconto dell'attività del gruppo: sono le risorse cui si accede attraverso il sito mediaset.it, punto di ingresso web per il principale gruppo privato nel settore televisivo. Una presenza telematica che si articola in un network di siti rivolti al pubblico e alle aziende: da un lato, l'attenzione si focalizza sui programmi televisivi, approfondendone gli aspetti più curiosi; dall'altro, la comunicazione si rivolge agli investitori e a chi acquisterà spazi pubblicitari, cercando di promuovere i risultati positivi del gruppo.

La homepage.

I punti di ingresso al mondo Mediaset sono due: mediaset.it e mediasetonline.com. L'indirizzo più logico e facile da ricordare è il primo: introduce una pagina dominata da toni di grigio e dai tanti piccoli logo dei vari brand del gruppo. L'impaginazione è inconsueta per il web, con i contenuti incorniciati progressivamente in box sempre più piccoli, come in un gioco di scatole cinesi. Manca una forte caratterizzazione della pagina, un'identità di gruppo, sia a livello cromatico, che nella disposizione degli elementi. I box sono di dimensioni diseguali e non allineati tra loro. Un banner lampeggiante introduce i contenuti “in evidenza”, nonostante la provata inefficacia di questo strumento. Inoltre, la pagina non è aggiornata e non presenta contenuti freschi. La somma di questi dettagli può indurre nei visitatori l'impressione di un sito trascurato. D'altra parte, la navigazione è molto intuitiva: viene presentato un numero adeguato di collegamenti, perfettamente identificabili, non lasciando mai spazio ad ambiguità.

Oltre a questa pagina di ingresso, Mediaset offre un portale dedicato al mondo della televisione all'indirizzo mediasetonline.com con finestre sull'informazione e l'intrattenimento. A differenza del sito mediaset.it, il target è limitato agli utilizzatori finali, non ci sono riferimenti ad aziende e investitori. Il look è molto più aggressivo e colorato, anche se le immagini sono tutte di qualità molto scarsa a causa di un'eccessiva compressione. Probabilmente, l'url più facile da memorizzare (mediaset.it) risulterebbe più adatta per ospitare il portale rivolto

al pubblico.

L'interazione con il sito.

L'offerta Internet di Mediaset si articola in quattro settori: attività televisiva, informazione, intrattenimento web e risultati del gruppo.

Televisione. I canali televisivi godono tutti di un sito loro dedicato, con look diversi ma consistenti tra loro e in grado di comunicare l'appartenenza allo stesso gruppo. La struttura di pagina è la stessa, con differenze ornamentali e cromatiche per riflettere i colori istituzionali delle singole reti. L'estetica di questi siti è penalizzata da un'eccessiva compressione delle immagini, che sono sgranate e di bassa qualità. I contenuti sono decisamente più curati: approfondimenti sui programmi del momento, interviste ai protagonisti, sia in formato testuale che in video leggeri da scaricare. Inoltre, esiste un'area di discussione (www.mediasetonline.com/molcommunity/) con forum, chat room e sondaggi.

Informazione. Sono quattro i siti dedicati esclusivamente all'informazione, pensati per pubblici diversi e con linguaggi specifici. Il più ricco di contenuti è quello di Tgcom, che propone un'informazione leggera, dal taglio rapido e specifico per il medium su cui viene offerta. Punta molto sulle immagini, sui video e sulla possibilità per i lettori di discutere di ciò che leggono, attraverso gli strumenti dell'e-mail, della chat e dei forum. Questi ultimi, però, non sono particolarmente frequentati, probabilmente anche per la scarsa visibilità del link, nascosto tra i numerosi banner pubblicitari. Due i difetti principali: il primo è l'eccessivo affollamento della homepage, dove i titoli litigano l'attenzione dell'utente a colpi di pixel e scelte cromatiche discutibili. Non esiste coerenza nel segnalare i link: a volte sono sottolineati, a volte no; a volte sono di colore rosso, altre blu, altre ancora bianchi o gialli. Il secondo difetto degno di nota è il paradigma di navigazione, privo di riscontro in altri siti web e assolutamente da sconsigliare. Infatti, cliccare sul titolo di un articolo presente in homepage non porta all'articolo stesso, ma ad una pagina intermedia, l'indice della categoria cui l'articolo appartiene. Qui bisogna cercare di nuovo l'articolo tra quelli presentati e cliccare ancora per leggerlo. Purtroppo, non è affatto detto che il navigatore riesca ad arrivare a destinazione: infatti, l'articolo richiesto non è in alcun modo evidenziato nella pagina indice, e, se non si conosce il meccanismo, l'impressione che qualcosa non abbia funzionato è molto forte. Insomma, il sito sembra pensato più per far cliccare i visitatori sui numerosissimi banner, che per farli arrivare all'informazione che cercano. Questa politica discutibile allontana i visitatori del sito e sminuisce la qualità dell'informazione.

Più navigabile, ma molto meno ricca, è l'informazione di Tg5: la homepage presenta solo tre notizie principali, poco approfondite, con i link alle rubriche del telegiornale. L'informazione è essenziale e sintetica. Ben fatto il meteo, con previsioni e immagini dal satellite, integrate da un piccolo dizionario per i più curiosi.

Il sito di Studioaperto ripropone il taglio giovanile dell'omonimo telegiornale: le immagini hanno il sopravvento sul testo, a conferma di un'informazione che punta sull'immediatezza. I servizi sono disponibili attraverso filmati da guardare in streaming, distribuiti nel formato Windows Media Video di

Un bel bisturi per i siti Mediaset

Microsoft e accessibili anche con linee adsl entry-level a 256 kb/s. Ad ogni modo, nonostante le richieste non eccessive, sarebbe opportuno segnalare che i link dei servizi portano a filmati e non a contenuti testuali. Chiude l'offerta informativa il sito di tgFin. Rappresenta sicuramente il prodotto più riuscito: riesce a mediare tra la ricchezza di informazione di tgcom e la facilità di navigazione del sito tg5.

Il gruppo. La pagina istituzionale del gruppo si distingue dalle altre per la sobrietà e per il look più ricercato. I contenuti di tipo *corporate* sono particolarmente curati e ben strutturati. Tra l'altro sono presenti aiuti alla navigazione, come l'help e la mappa del sito, che consentono a tutti i navigatori di orientarsi nel sito e trarne il massimo profitto. Particolare risalto è dato ai risultati e al bilancio, oltre che alle relazioni per gli investitori. Utili i link per stampare le pagine e segnalarle via mail ai propri conoscenti.

Aspetti tecnici.

In generale, i siti del gruppo hanno qualche problema di fruizione sui browser meno diffusi, soprattutto su quelli della famiglia Mozilla: link non cliccabili e impossibilità di scorrere alcune notizie sono gli inconvenienti più comuni in cui incappa chi non naviga con Internet Explorer. Insomma, il codice non standard crea problemi concreti di navigazione per alcune categorie di utenti. La categoria più penalizzata è quella dei disabili, che non possono contare né su alternativi testuali alle immagini, né su un codice semanticamente corretto. Sul fronte del peso bisogna fare alcune distinzioni: si comportano bene il sito mediaset.it e gruppomediaset.it. In particolare il primo riesce a contenere la dimensione in soli 46 KB totali: veloce da scaricare anche per chi naviga con poca banda a disposizione. Gli altri siti, invece, sono più pesanti e lenti: fanno un uso maggiore di immagini, anche a causa dei numerosi banner pubblicitari presenti.

Il giudizio.

Eccezion fatta per il sito corporate, gruppomediaset.it, i siti del gruppo Mediaset trarrebbero grande giovamento da un restyling estetico. Tutti i siti soffrono di una presenza pubblicitaria ingombrante e chiassosa, fatta di banner lampeggianti e in movimento sullo schermo, spesso contenenti pubblicità di siti per adulti assolutamente fuori contesto. A questo si somma la qualità non eccelsa delle immagini, visibilmente degradate da una compressione software eccessiva. Questi aspetti penalizzano un complesso costruito su una vasta offerta di contenuti, sia testuali che video, e su un network di informazione collaudato e premiato dagli ottimi risultati televisivi: è un peccato non sfruttare al meglio queste credenziali.