

Il quotidiano on-line

Internet non ha finora rappresentato per i quotidiani lo strumento di successo che era stato previsto, anche se i risultati sono stati molto buoni e si ottimizzeranno nel futuro. Al futuro del giornalismo on-line era stata dedicata la copertina della statunitense *Columbia Journalism Review* dell'agosto 1997, che recava l'emblematico titolo: "Giornalismo on-line: cuccagna o buco nero?". A distanza di alcuni anni si può dire che non si tratta né di cuccagna né di buco nero.

Il giudizio vale anche per il nostro Paese, nel quale in più si ha anche un grande ritardo nella diffusione dei computer nelle scuole.

In Italia continuano ad aumentare i quotidiani con testate on-line. I più si limitano a immettere in rete gli stessi contenuti del foglio stampato: l'utente può leggere sullo schermo del suo computer il testo del giornale in versione digitale e può farlo attraverso il collegamento a Internet.

Il vero e proprio giornale elettronico è rappresentato dall'immissione in rete di un'edizione diversa rispetto a quella stampata: hanno compiuto questa scelta in particolare *La Repubblica*, *La Gazzetta dello Sport*, il *Corriere della Sera*, *La Stampa* e *Il Sole 24 Ore*.

La Gazzetta on-line, per fare un esempio, è molto diversa da quella stampata: propone ogni giorno alcuni primi piani sportivi, scritti

con lo stile basico delle notizie di agenzia, che contengono tutta una serie di richiami ipertestuali ad altre pagine web con schede biografiche e storiche, tabelle e altre curiosità. I quotidiani on-line sono ricchi di notizie, di immagini a colori e di servizi speciali, e il loro successo si misura immediatamente, con il numero di visitatori giornalieri del sito.

Le scelte giornalistiche che attirano di più gli internauti sono – oltre ai resoconti di incontri calcistici o di eventi sportivi eccezionali – i forum, cioè gli spazi di discussione su fatti o problemi vari, oppure la possibilità di rivolgere domande a un determinato personaggio.

Esistono anche quotidiani esclusivamente on-line, che però per la maggior parte trattano di cronaca locale, economia, scienze e informatica. Le iniziative importanti sono piuttosto costose e gli introiti si reggono sulle sponsorizzazioni e sulla pubblicità.

