

INTRODUZIONE

La rivoluzione prodotta dallo sviluppo dei media nell'ultimo decennio del XX secolo é forse ancora piú radicale della testimonianza del romanziere americano Henry James che affermò: «in 18 mesi la mia vita é radicalmente mutata: in casa mia é arrivata l'illuminazione elettrica, ho comprato un'automobile e ho cominciato a usare la macchina per scrivere».¹

Con questo lavoro si vogliono analizzare gli anni 1994–1996 per documentare come in Italia, partendo da un'idea di Nicola Grauso, un imprenditore sardo, si sia riusciti a stravolgere la maniera tradizionale di fare giornalismo.

Verranno illustrati i fenomeni di internet ed in generale quello del giornalismo online, dando spazio ai cambiamenti che sono seguiti non solo sui supporti materiali, ma anche nei contenuti e nella professione stessa di giornalista.

Per svolgere il lavoro di ricerca son stati utilizzati la bibliografia esistente e gli articoli presenti nel sito de «L'Unione Sarda» dal 1994 al 1996.

Gli anni novanta portarono ad un profondo mutamento nel mondo del giornalismo: dopo l'invenzione della stampa, del telefono, della radio e della televisione, le innovazioni di maggior portata furono quelle del potenziamento delle capacità dei computer e di internet.

Siamo nel 1992 quando negli Stati Uniti presero vita i primi progetti di giornalismo online: si trattava di contenuti giornalistici per servizi commerciali le cui pagine avevano una grafica scarna, priva di immagini e piene di testo. Gli esperimenti bastarono comunque per attirare l'attenzione di grandi giornali come «The New York Times» e successivamente «The Washington Post» che, nel 1994, crearono un proprio sito. Il 1995 fu l'anno della prima rivista interamente online: «Salon».

In Italia lo scenario era particolarmente differente. Alla fine del 1994 a Cagliari, nella redazione de «L'Unione Sarda», si decise di “sbarcare sul web” prendendo ad esempio i siti realizzati oltreoceano. Erano passati due anni dai primi

¹ R. Gualdo, *L'italiano dei giornali*, Carocci, Roma, 2007.

esperimenti: un tempo che, mentre oggi sarebbe un abisso, allora era tutto sommato breve.

Grazie a Niki Grauso che col suo progetto diede vita a Video On Line, il primo provider italiano di grandi dimensioni, ben presto anche altri giornali della penisola entrarono in internet.

I primi contenuti erano scarsi, la maggior parte dei grandi quotidiani si limitava a pubblicare nei propri siti articoli dell'edizione cartacea, lasciando la possibilità di guadagno ai banner pubblicitari inseriti nelle pagine.

Nelle fasi iniziali non furono molti coloro che erano disposti ad avventurarsi in questo nuovo scenario. Ciò dipendeva dal fatto che le nuove tecnologie non erano ancora molto diffuse, sia nelle redazioni che nelle case (basti pensare ai soli centomila utenti ipotizzati da Video On Line per il 1995) e che ci sarebbe stato bisogno di finanziamenti, con scarsi ritorni economici.

Berretti e Zambardino scrissero: «nel management dei grandi giornali é ancora molto radicata la convinzione che questa internet in fin dei conti é solo un bel giochino; cioè una cosa che non fa guadagnare soldi».²

Altre preoccupazioni derivavano dalla visione del giornalismo online come un modo di fare informazione di serie B, di cui si occupavano gli appassionati di computer, e dalla paura che col tempo potesse portare alla sparizione di quello cartaceo.

La svolta si ebbe nel 1996 quando il quotidiano «la Repubblica» decise di dedicare un intero sito alle elezioni politiche.³ L'esperimento ebbe un immediato successo, con 350.000 contatti in soli 20 giorni. Il 14 gennaio 1997 nacque ufficialmente Repubblica.it diretto da Vittorio Zucconi. La novità era quella di proporre nuovi contenuti rispetto al giornale cartaceo: novità ed aggiornamenti in tempo reale. Piersanti e Roidi nel 1999 scrivevano: «nella redazione di Repubblica.it non si pensa piú, anzi non si é mai pensato in termini di aggiornamento dei contenuti del quotidiano. L'idea [...] é piuttosto quella di anticipare il giornale del giorno dopo».⁴

² A. Berretti, V. Zambardino, *Internet - Avviso ai naviganti*, Donzelli editore, Roma, 2005.

³ www.repubblica.interbusiness.it

⁴ A. Piersanti, V. Roidi, *Giornalisti nella rete: internet dentro e fuori le redazioni giornalistiche*, Ente dello spettacolo, Roma, 1999.

Seguirono la versione online del «il Sole 24 Ore» e de «La Gazzetta dello Sport». Ci furono progressi dal punto di vista qualitativo ma anche quantitativo: 31 quotidiani, 7 agenzie di stampa, 47 fra radio e tv, 25 periodici e 45 electronic magazine sul web nel 1997.⁵

Nel 1998 scoppiò la New economy. Molti soggetti come la Microsoft, pur non avendo esperienza nell'editoria, decisero di dedicarsi all'informazione sul web. Gli editori quindi poterono difendersi o lanciare nuove iniziative, e così fecero. Furono gli anni in cui si investì su internet senza sosta, la tecnologia continuò a svilupparsi ed aumentarono sia il numero di computer che le connessioni via web. Di conseguenza crebbero esponenzialmente, circa del 200%⁶, i siti dal contenuto giornalistico, ed i professionisti iniziarono a lavorare anche nelle redazioni online. Gli utenti erano sempre più interessati ad argomenti di tipo giornalistico: i dati indicano il 28% di clienti in Italia ed il 50% negli Stati Uniti.⁷

La svolta decisiva si ebbe negli anni 1999-2000 quando anche gli altri principali gruppi editoriali italiani decisero di entrare nel web. Il gruppo Monrif (Monti Riffeser: Gruppo leader nel mercato dell'Editoria, Stampa, Nuove Tecnologie e Turismo) creò la versione online de «il Resto del Carlino», «La Nazione» e «Il Giorno». Altra novità fu la riformulazione delle pagine online dei siti già creati in precedenza, con una nuova grafica e nuovi contenuti.

Inoltre nacquero iniziative esclusive per il web: Monti, con una redazione di 15 giornalisti, diede vita a «eDay.it», un sito dove venivano pubblicate le notizie e poi gli utenti decidevano se stamparle o meno, in modo da creare loro stessi un giornale a propria misura e secondo le proprie preferenze. Questa iniziativa però durò solo fino a metà del 2001, anno in cui “chiuse i battenti”.⁸

Nell'estate del 2000, infatti, la New economy smise di crescere e molti giornali furono costretti a chiudere. I fallimenti partirono dagli Stati Uniti ma in poco tempo arrivarono anche in Italia. Ai licenziamenti seguì la chiusura di parecchi siti web.

⁵ Dati della ricerca dell'Osservatorio Italia Media Online.

⁶ A. Bettini, *Giornali.it/2.0. La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani*, ed.it, Catania, 2009.

⁷ *Ibidem*.

⁸ *Ibidem*.

La considerazione che può essere fatta a posteriori é che la crisi abbia contribuito a realizzare una “cernita” fra i progetti esistenti, lasciando in vita solo i piú meritevoli.⁹ Probabilmente ciò fu dovuto anche al fatto che alcuni marchi erano piú conosciuti e avevano alla base una forte e consolidata tradizione editoriale. I progetti innovativi, siti ricchi di informazioni aggressive, di colori e news persero nel confronto coi grandi quotidiani.

Al crollo quantitativo però non ne corrispose uno qualitativo, infatti, oltre al contenuto del giornale cartaceo, sul web venivano fornite informazioni/contenuti aggiuntivi. Venne introdotta una forma di business basata sugli abbonamenti: erano gratuiti i contenuti aggiuntivi ma a pagamento la consultazione del giornale cartaceo.

La paura che potesse ripresentarsi un fallimento come quello della New economy creò una fase di stallo degli investimenti fino al 2004.

Successivamente, con un nuovo sviluppo delle tecnologie e con la disponibilità di connessioni sempre piú veloci, aumentò il numero degli utenti di internet ed anche il mercato dell’editoria online riprese a crescere. I siti vennero migliorati con nuove versioni e nuovi contenuti.

Nel 2004 «il Sole 24 Ore» cambiò la sua versione online, seguito nel 2005 da «La Stampa», «la Repubblica», «il Corriere della Sera», «Quotidiano.net» e «La Gazzetta dello Sport».

Oggi possiamo dire che l’esperienza ha battuto l’innovatività. Mentre molti progetti continuano ad affacciarsi sul web, siti online di giornali, radio e tv son divenuti nel tempo un punto di riferimento e vengono visitati da migliaia di persone.

Tabella: visitatori unici quotidiani medi nel mese di luglio 2009 dei siti dei principali quotidiani italiani (fornite da Audiweb).

Sito	Visitatori unici quotidiani
Repubblica.it	1.273.896
Corriere.it	1.123.529
Gazzetta.it	714.250
Ilsole24ore.com	271.014
Corrieredellosport.it	232.010
Lastampa.it	216.172

⁹ *Ibidem.*

La struttura dei quotidiani online può avere varie tipologie; ad esempio, prendendo in considerazione i quotidiani del gruppo Monrif possiamo notare che la struttura online replica quella cartacea. Inoltre, dal giugno 2008, il gruppo ha lanciato il progetto Italianews, che coinvolgendo «il Sole 24 Ore», «Il Secolo XIX», «Il Tempo», «L'Unione Sarda», «il Quotidiano della Basilicata» e «il Quotidiano della Calabria» intendeva realizzare una *syndication*, ossia una collaborazione per la raccolta della pubblicità. Voleva ampliare rapidamente il numero dei lettori e creare un portale strutturato come aggregatore di news.

Altra strategia utilizzata è quella di dare spazio alle migliori firme attraverso blog personali o proprie rubriche. Questa strada si sta sviluppando sempre più, così da permettere la competitività dei singoli.

Elemento da non sottovalutare è poi quello dell'interattività; il pubblico, infatti, viene coinvolto attraverso la riserva di spazi appositi per lasciare commenti, dare consigli o pubblicare propri contenuti. Questo permette di creare un legame con i lettori, che seguiranno quel determinato giornale e contribuiranno all'arricchimento delle pagine online.

Il problema principale restavano i ricavi. Alla nascita del giornalismo online le proposte ed i metodi adottati furono di diverso tipo: far pagare per la lettura del giornale o permettere la consultazione gratuita, lasciando a pagamento solo i contenuti aggiuntivi. Tutte le formule di abbonamento non hanno comunque avuto risultati soddisfacenti, questo perché gli utenti son sempre stati abituati ad usufruire di internet non pagando i contenuti delle pagine visualizzate. I guadagni quindi dovevano venire dai banner pubblicitari, che non erano però sufficienti, soprattutto dopo il crollo della New economy. Ci volle parecchio tempo prima di riuscire ad ottenere dei ricavi. Questi, oggi, son dati dalla crescita del mercato pubblicitario, dalla raccolta di dati personali con le registrazioni (che aumenta il valore dei banner pubblicitari) e dai servizi aggiuntivi come le news sui cellulari via sms.

La formula adottata in maggioranza in questo momento è una divisione fra un'area basic gratuita ed una premium a pagamento.

Nel luglio 2010 «la Repubblica»¹⁰ ha adottato un nuovo sistema di pagamento, relativamente semplice, per la lettura del quotidiano sul nuovo supporto digitale iPad. Il gruppo Espresso, infatti, ha siglato un accordo con la Vodafone (azienda multinazionale di telefonia cellulare) attraverso il quale gli utenti potranno acquistare un numero digitale del quotidiano fornendo il proprio numero di cellulare, che consentirà il pagamento. L'acquisto, oltre che con il sistema Vodafone, può essere effettuato anche con un account iTunes abbinato ad ogni iPad. Il sistema potrà essere usato su cellulari, PC, Mac, e televisori di nuova generazione.

L'applicazione che è stata proposta da «La Stampa», invece, mostra una reimpaginazione del giornale, con una nuova formattazione sui dispositivi digitali simile a quella de «The New York Times». «la Repubblica» e «il Corriere della Sera», al confronto, sono in formato pdf più fedeli alla copia cartacea, ma arricchiti da foto, video e commenti audio. «La Stampa» ha iniziato ad essere distribuita gratuitamente grazie a diverse sponsorizzazioni.

Ci si chiede quindi: quale sarà il destino della carta stampata? La chiusura di alcune testate importanti, come il quotidiano statunitense «The Christian Science Monitor», a vantaggio dell'edizione online è già avvenuta, ma questo non permette di dire che col tempo il giornalismo online soppianderà definitivamente quello cartaceo.

È però possibile affermare che il modo di fare informazione è cambiato, sono stati infatti annullati i limiti spazio-temporali fra evento e sua notiziabilità.

¹⁰ http://www3.varesenews.it/scienza_tecnologia/articolo.php?id=179356

I CAPITOLO

COME NASCE VIDEO ON LINE

1.1 Il fondatore: Nicola Grauso

Nicola Grauso nasce a Cagliari nel 1949. Dopo aver conseguito la laurea in giurisprudenza nel 1975, grazie ad un modesto investimento rileva alcune apparecchiature radio militari ed, in un appartamento del quartiere cagliaritano di Castello, fonda l'emittente radiofonica Radiolina, una fra le prime radio libere italiane. Nel 1976 decide di impegnarsi in un progetto volto alla realizzazione di una televisione privata e così nasce Videolina, che ad oggi é la televisione privata sarda con il maggior indice di ascolti. Queste due emittenti avranno un grandissimo successo di ascolti nell'isola e porteranno Grauso a consolidare la propria posizione economica derivante dalla raccolta pubblicitaria. Dieci anni dopo decide di comprare «L'Unione Sarda», leader dell'informazione isolana. É il 17 maggio 1985 quando Nicola Grauso acquista da Giuliano Salvadori Del Prato il quotidiano. Comprare il principale quotidiano della Sardegna gli permette di conseguire una posizione dominante nell'editoria isolana.

Dopo aver partecipato ad altre attività editoriali italiane, Grauso decide di uscire dai confini della penisola e di dedicarsi anche ai paesi dell'est Europa. Arriva in Polonia e compra il piú importante giornale di Varsavia, il quotidiano «Zycie Warsawy» ed il network «Polonia Uno».

Il 1994 é l'anno in cui viene realizzato uno dei piú importanti progetti, ossia la creazione del network telematico Video On Line, una sfida per le comunicazioni, il primo provider italiano. Lancia la scommessa di internet e crea punti di accesso alla rete in tutta Italia.

L'impresa nel campo multimediale si conclude nel 1996, quando Grauso é costretto a vendere Video On Line a Telecom Italia (che darà vita all'odierna Tin.it) a causa di notevoli perdite d'esercizio, seguito dalla cessione di tutte le sue attività editoriali all'imprenditore Sergio Zuncheddu.

Su «il Corriere della Sera», Alberto Pinna così commenta l'ascesa e la caduta dell'imprenditore sardo: «da allora irresistibile ascesa: altre Tv, ripetitori, centro

stampa, affari, dal piombo all'elettronica, al satellite. Un vulcano di idee, canali (anche politici) giusti: giornali e Tv in Polonia, quote di proprietà de "il manifesto", "Prima Comunicazione", "Rinascita" (Pci - Pds); folgorato da Internet ha da ultimo creato Video On Line, primo service telematico italiano. Senza badare a spese, ricerca, promozioni e immagine, miliardi a fiumi. Nichi (per gli amici) Grauso ha sempre pensato in grande e poi avanti tutta a scoprire, esplorare. Ma la gestione, i conti... Un disastro: ritirata in Polonia, fuga da Video On Line, ceduta a Telecom». ¹¹

Dopo varie iniziative, molte delle quali discutibili, come la compravendita in massa di domini internet, la maggior parte dei quali con nomi di politici, magistrati e giornalisti, Grauso fa il suo ritorno nel settore dell'editoria nel 2004. Crea, sotto la sigla nazionale «E Polis», una rete di quotidiani locali e regionali. Questi vengono promossi per mezzo di un'aggressiva politica di distribuzione gratuita. La linea dei giornali, diversamente dalle precedenti, é orientata a sinistra, forse anche per la vicinanza all'ex Presidente della Regione sarda e fondatore di Tiscali, Renato Soru, che, nel 1995, utilizzando la tecnologia fornitagli precedentemente da Grauso creò nella Repubblica Ceca l'internet provider Czech On Line.

Nel 2007 fonda la concessionaria di pubblicità Epm. Segue però una crisi finanziaria che determina la sospensione delle pubblicazioni dei 15 quotidiani della nuova catena editoriale. Le pubblicazioni riprendono il 10 settembre 2007.

Il 21 settembre 2010 la sede cagliaritano di «E Polis» chiude.

1.2 Gli esordi

«É nato Video On Line un nuovo servizio telematico, destinato alle famiglie e alle aziende, per informarsi e comunicare. E' un sistema che permetterà di fare tutto via video, dalla lettura dei giornali alla rassegna stampa, dalla consultazione della Borsa valori a quella di banche dati, dalla spesa stando comodamente seduti in casa alla ricerca di un libro nei cataloghi di centinaia di biblioteche. E' facilissimo da usare perché basterà un clic per ricevere informazioni o per acquistare i prodotti». ¹²

¹¹ A. Pinna, *L'ultima sfida del tycoon sardo*, in «il Corriere della Sera», 15 settembre del 1997.

¹² C. Figari, *Come navigare nel mare delle reti 'on line'*, in «L'Unione Sarda», 4 dicembre del 1994.

Il 4 dicembre 1994 nasce così ufficialmente Video On Line (dopo alcuni mesi di sperimentazione). In una società come quella italiana non ancora abituata all'utilizzo di internet e poco esperta di computer, occorre spiegare cosa fosse questo nuovo servizio:

«Video On Line é un servizio telematico che consentirà agli utenti di avere libero accesso a Internet, la rete informatica piú grande del mondo, dalla quale si potranno trarre altri servizi in una catena praticamente infinita. Come ci si potrà collegare? Semplicissimo: basteranno un personal computer, un modem e una linea telefonica. Una volta attivato il collegamento, sul video del Pc comparirà un'immagine grafica con una serie di icone. Queste icone sono le porte d'accesso ai vari canali per ora previsti: Internet; edicola ipermediale; posta elettronica; la spesa via video; basterà fare clic col mouse su una di queste icone per entrare nel servizio desiderato». ¹³

L'articolo prosegue spiegando che i servizi online occupavano molta memoria in quanto ricchi di grafica, e che i modem per effettuare la connessione avevano un prezzo che oscillava fra le 100 e le 250 mila lire. I primi punti di accesso erano 28 in tutta Italia, fra cui Cagliari e Sassari. Il prezzo dell'accesso alla rete era quello di una semplice chiamata nazionale.

Alla nascita i sistemi multimediali interattivi erano di due tipi: off-line, ad esempio i personal computer forniti di Cd-rom e non collegati in rete; on-line, servizio collegato ad una o piú reti. I Cd-rom nel 1994 erano già ampiamente diffusi sul mercato e furono venduti 5 milioni di dischetti per 3 miliardi di dollari con una crescita del 40% annuo. ¹⁴

Questo nuovo servizio telematico nasceva per permettere il collegamento alla rete, ma considerando la quantità dei dati ed il numero di utenti collegati, circa 30 milioni, per il reperimento delle informazioni era necessaria una conoscenza dell'informatica e di internet.

Video On Line fu il primo provider italiano in grado di offrire un servizio specifico come l'edicola ipertestuale, l'accesso alla rete ed ai servizi creati appositamente per il mercato telematico.

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ *Ibidem.*

«Non a caso si dice che chi accede in Internet «naviga» come in un mare senza fine che cambia di continuo perché le informazioni che entrano ed escono dalla rete cambiano continuamente. Così come il mare, anche Internet ha le proprie carte nautiche, i nocchieri capaci di pilotare lungo la navigazione. E Video On Line é uno di questi».¹⁵

Il 3 dicembre 2004 l'editore Nicola Grauso presentò ufficialmente Video On Line ad una trentina di giornalisti, in rappresentanza di alcuni tra i maggiori quotidiani e periodici italiani e di alcune agenzie di stampa straniera. Alla conferenza stampa parteciparono anche gli informatici Reinier Van Kleij, system manager a «L'Unione Sarda», Pietro Zanarini, dirigente del gruppo “Visualizzazione scientifica” del CRS4 di Cagliari, e Francesco Ruggiero, esperto di informatica.

«Il *service* Video On Line, che catapulta la Sardegna in ogni angolo del pianeta attraverso il canale informatico di Internet [...] é la 'bretella' che consentirà a chiunque di entrare nell'autostrada della comunicazione interattiva».¹⁶

«L'Unione Sarda» realizzò il servizio per diversi motivi, primo fra tutti gestire la versione ipermediale del quotidiano.

All'uscita del servizio furono associate alcune iniziative: si potevano trovare informazioni su musei, itinerari turistici, hotel, agenzie di viaggi ed altri servizi. Venne inoltre realizzato un nuovo veicolo di comunicazione ipertestuale, «The International», un quotidiano ipermediale in grado di fornire notizie in tempo reale in italiano e nelle lingue più diffuse come cinese, arabo, inglese e spagnolo, le quali riuniscono l'80% della popolazione mondiale.

Inoltre, attraverso il possesso di un computer ed una connessione ad internet, in qualunque parte del mondo, la possibilità era quella di poter leggere decine di riviste e quotidiani internazionali.

Quando faceva la sua comparsa sullo schermo, Video On Line, veniva accompagnato dal logo accattivante dell'uccello stilizzato, caro alla tradizione artigianale sarda, e dall'elenco dei servizi collaterali:

¹⁵ *Ibidem.*

¹⁶ *Il futuro é già cominciato*, in «L'Unione Sarda», 4 dicembre del 1994.



(Home page di Video On Line)¹⁷

Attraverso tale schermata e con un clic del mouse era possibile ottenere informazioni su musei, spettacoli, teatri, concerti, negozi, orari e prezzi di biglietti delle compagnie aeree, nomi di agenzie per effettuare viaggi organizzati ecc; inoltre era possibile vedere filmati dal vivo.

Dando uno sguardo al resto del mondo, nello stesso periodo, mentre in Italia il servizio era agli esordi, negli Stati Uniti era già attivo da anni, con la conseguente maggior disponibilità di servizi ed informazioni. Un esempio: accanto a «Britannica online», server a pagamento solo per abbonati, che permetteva di consultare l'Enciclopedia Britannica, si trovava, accessibile a tutti, la «Virtual Library» canadese con il suo numeroso elenco di argomenti. Anche l'elenco dei periodici e dei quotidiani inglesi che si potevano consultare non aveva paragoni in confronto all'Italia: un centinaio solo negli Stati Uniti, contro il solo della penisola, «L'Unione Sarda».

Prendendo il caso del «The Wall Street Journal» va considerato però che in tale periodo non era possibile consultare il giornale per intero. In una finestra di dialogo bisognava selezionare l'argomento desiderato affinché apparisse sullo schermo. Metodi di consultazione simili erano comunque adottati anche per altri quotidiani.

«L'Unione Sarda» inseriva un elemento nuovo rispetto alla concorrenza: la prima pagina era una “finestra” sulla quale si potevano scegliere una serie di opzioni

¹⁷ <http://it.wikipedia.org/wiki/File:HomePageVideoOnLine.png>

come: il quotidiano del giorno, le copie arretrate, i messaggi da inviare al giornale e al CRS4.



(Prima home page di Video On Line)¹⁸

Ma la novità stava negli articoli: alcune parole del testo apparivano colorate di blu. Queste rappresentavano ulteriori “finestre” che consentivano di accedere a una enorme serie di informazioni legate a quella parola. Un esempio: in un articolo di cronaca cittadina era possibile cliccare sulla parola “Cagliari” ed in tal modo si apriva un elenco completo di informazioni sulla città che l'amministrazione comunale cagliaritana aveva immesso nella rete.

Con l'uscita di Video On Line, uno fra i primi propositi era quello di spiegare agli utenti, in una pagina apposita, cosa fosse il giornale ipermediale e quali sarebbero state le prospettive della comunicazione. Già allora si pensava che tale avvenimento sarebbe stato definito “epocale”¹⁹ in pochi anni. Il paragone era fra la rete di internet (conquista della scienza) e la scoperta dell'America:

«Colombo partì con tre caravelle sulla base di qualche intuizione e di poche conoscenze. Compì un viaggio reale attraverso lo spazio e il tempo e cambiò la storia. Oggi, sulle

¹⁸ <http://people.crs4.it/zip/unionesarda>

¹⁹ *Ibidem.*

caravelle-computer che solcano Internet, l'uomo può navigare oltre lo spazio e senza il tempo partendo da Cagliari per ritrovarsi a Parigi o in Cina. Il tutto in pochi secondi».²⁰

Altra riflessione che é lecito fare riguarda la cancellazione della dicotomia fra centro e periferia. Con lo sviluppo de «L'Unione Sarda» elettronico le notizie della Sardegna potevano ritrovarsi in tempo reale a Parigi, New York o Tokio e viceversa, in un paesino fra i monti della Barbagia era possibile riflettere su realtà raccontate da quotidiani americani.

Ma cosa c'è dietro alla nascita di Video On Line, e chi sono i protagonisti che hanno permesso di realizzare questo servizio?

1.3 Il progetto

L'inizio fu casuale. Tutto cominciò quando alla sede de «L'Unione Sarda» di viale Regina Elena arrivò un giovane ingegnere olandese dell'università di Delft. A Cagliari Reiner van Kleij conobbe Pietro Zanarini e Francesco Ruggiero, due giovani informatici del CRS4, centro di ricerche allora guidato dal premio Nobel Carlo Rubbia, già direttore del CERN (dove nacque il World Wide Web) e che utilizzavano già internet. I tre (ai quali si aggiungerà l'informatico Luigi Filippini) diedero inizio ad una serie di sperimentazioni per portare «L'Unione Sarda» all'interno della rete. Quello che forse nacque un pó come un gioco in pochi mesi divenne un progetto concreto: «L'Unione Sarda» diventò l'unico giornale italiano che poteva essere letto quotidianamente in tutto il mondo attraverso la rete di internet. Inoltre era il primo quotidiano ipertestuale in Europa. «Significa che - dice van Kleij -, partendo da un articolo "L'Unione Sarda", si può navigare all'infinito nel mare di Internet. Basta 'cliccare' su una parola per cambiare rotta e procedere di argomento in argomento senza sosta».²¹ Dall'esperimento di van Kleij con i giovani del CRS4 nasce così Video On Line, una società di servizi che metteva a disposizione dell'utente il software (il programma) ed il progetto editoriale per entrare nel fantastico mondo di internet e per utilizzare tanti altri servizi.

²⁰ *Ibidem.*

²¹ C. Figari, *La porta d'oro dell'Europa Nasce a Cagliari un'autostrada per Washington*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio del 1995.

Nei mesi successivi alla “messa online” del servizio ci fu un’ampia campagna di marketing e promozione con la diffusione del dischetto di accesso ad internet in omaggio a vari quotidiani e settimanali («Panorama», «il Sole 24 Ore»), e l’offerta di accesso completamente gratuito per alcuni mesi tramite numero verde. Quest’ultima offerta generò però numerose polemiche perché per avere diritto all’accesso gratuito occorreva rispondere ad un questionario che chiedeva informazioni personali e sulla propria attività lavorativa, e la raccolta di questi dati era gestita dalla Diacron di Gianni Pilo, società che curava il marketing per Video On Line. La campagna pubblicitaria ebbe comunque il successo sperato e nel 1995 Video On Line era già il principale fornitore di accesso ad internet con circa 15.000 abbonati, equivalente al 30% degli utenti italiani.

Uno dei problemi maggiori nelle fasi iniziali era rappresentato dalla necessità di dover stabilire le modalità di accesso a Video On Line. Non venne presa subito una decisione definitiva perché, come affermò Grauso: «é come se fossimo partiti per un viaggio nella foresta amazzonica, non sappiamo cosa troveremo né, in dettaglio, come potremo procedere, la nostra é un’avventura in un mondo che é ancora tutto da scoprire».²² Si parlava di un mondo dove i giornali costituivano le “finestre” attraverso le quali era possibile accedere all’universo della conoscenza. L’accesso fu completamente gratuito per i giovani fino ai 18 anni, con l’esclusivo pagamento per accedere ad alcuni servizi ausiliari. L’unica spesa certa era quella del collegamento telefonico, equivalente ad una telefonata urbana.

Il 3 febbraio 1995 durante la convention organizzata all’hotel Principe di Savoia di Milano, Grauso spiegò ai 500 partecipanti, fra cui rappresentanti della stampa, pubblicitari ed operatori economici, cosa era Video On Line. Erano presenti imprenditori (Marina Berlusconi, Carlo Caracciolo, Marco De Benedetti, Alberto Rusconi, Carlo Feltrinelli, Giulio Cobolli-Gigli), pubblicitari (Giulio Malgara, Carlo Momigliano), manager (di Ibm, Telecom, Spint, Hewlett Packard), e giornalisti di 108 testate nazionali ed internazionali.

Questa rete telematica che si irradiava in tutta Europa partiva da Cagliari e arrivava direttamente a Washington lungo un canale lungo migliaia di chilometri

²² A. Pani, *Accessibile sui computer il giornale del futuro*, in «L’Unione Sarda», 4 dicembre del 1994.

che, passando sotto il mare, attraversava l'Oceano e metteva in comunicazione i due continenti.

Il "congegno magico"²³ che permetteva di collegare fra loro i vari computer veniva descritto come una "scatola di piccole dimensioni"²⁴ in cui arrivava il terminale di un'immensa rete di telecomunicazioni e da cui partiva l'allaccio con un semplice computer collegato al servizio Video On Line. Il primo marzo 1995, dato ufficialmente il segnale di via, si alzò la barra e partì il flusso nelle due direzioni. Transitavano dati, immagini e suoni, ossia gli elementi che compongono il mondo delle telecomunicazioni. Milioni di informazioni circolavano nello stesso istante. Il collegamento non era ovviamente unidirezionale tra Stati Uniti ed Europa ma si estese verso tutte le direzioni, toccando anche i Paesi ancora fuori dai circuiti telematici (ad esempio il mondo arabo).

Le stime di allora, secondo gli esperti, prevedevano il coinvolgimento di oltre duecento milioni di possibili utenti in tempi brevissimi.

Durante l'affollata convention Grauso chiarì che non sapeva dove sarebbero arrivati, ma che gli si erano aperti nuovi orizzonti dagli sviluppi impensabili.

«Entro il 2000 - ha detto ancora Grauso - il computer farà parte della normale dotazione elettronica di casa ed ordinare la spesa, un programma televisivo personalizzato, o più semplicemente dialogare con un amico dall'altra parte del globo grazie a Video On Line-Internet sarà la norma». Grauso crede nelle nuove tecnologie e nel suo Video On Line. Gli utenti del servizio possono già leggere l'edizione elettronica del quotidiano <L'Unione Sarda> tre o quattro ore prima che questa arrivi nelle edicole. Lo stesso vale per qualche settimanale turistico e, come annunciato recentemente dal direttore Walter Veltroni, anche per il quotidiano <l'Unità> che dalla mezzanotte di ogni giorno si può leggere su Internet».²⁵

²³ C. Figari, *La porta d'oro dell'Europa nasce a Cagliari. Un'autostrada per Washington*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio del 1995.

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ *Presentato a Milano il <Video On Line> Internet, frontiera della nuova realtà. In tempo reale le novità di Borsa tutte le notizie, l'uscita di libri*, in «http://archivio.lastampa.it/LaStampaArchivio/main/History/tmpl_viewObj.jsp?objid=1364123», 3 febbraio del 1995.

La concretizzazione della brillante idea dell'editore sardo avvenne nei giorni precedenti grazie all'accordo con la società americana "Sprint". Questa società era un *carrer*, ossia un trasportatore di telecomunicazioni. La società possiede un grosso canale sottomarino che collega Europa e America e dove transitano diverse autostrade telematiche (ad esempio vi passa il flusso delle informazioni militari della Nato). Tutti gli utenti che volevano comunicare con gli Stati Uniti e col resto del mondo dovevano "noleggiare" il passaggio in questo canale sottomarino alla società nel tratto che gli apparteneva. Grauso quindi decise di puntare sul circuito Sprint con una via tutta sua sulla quale poter riversare il traffico telematico da e per Washington. Video On Line era la porta d'entrata che consentiva l'accesso ad internet (insieme agli altri servizi messi a disposizione e che sarebbero potuti aumentare in base alle esigenze del mercato).

Il responsabile commerciale per l'Italia di Sprint, Giuseppe Brevi, dopo la presentazione ufficiale disse: «sinora il traffico telematico per gli Usa viaggiava su due canali: il primo via Francoforte – Stoccolma – Washington, il secondo via Londra – Washington. Grauso ha creato una terza via tra Cagliari e Washington chiedendoci un impegno nella nostra rete pari otto volte al traffico complessivo degli altri due canali. Certo, la richiesta in un primo momento ci ha stupito. Cosa poteva farsene un editore italiano di una rete così potente? Abbiamo capito che Grauso vuole realizzare quello che negli Stati Uniti si definisce *one stop shop*, cioè un grande negozio dentro il quale si trova tutto senza dover fermarsi in altri punti di acquisto. Significa che l'editore sardo programma pensando non ad oggi, ma ai prevedibili sviluppi che potranno avvenire fra cinque, dieci anni. Agli americani piacciono le grandi idee e così abbiamo accettato la proposta».²⁶

Continuava chiarendo i termini dell'operazione: «questa autostrada per Washington é dimensionata in modo tale da risultare molto superiore alla reale necessità per soddisfare i possibili centomila utenti ipotizzati da Video On Line per il 1995. Utenti che per saturare la linea dovrebbero accedere tutti insieme contemporaneamente. Quindi si tratta di un potenziale solo teorico, in pratica

²⁶ C. Figari, *La porta d'oro dell'Europa Nasce a Cagliari un'autostrada per Washington*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio del 1995.

enorme»²⁷. E Grauso sottolineava che non era preveggenza, ma «soltanto pianificazione di un programma ben piú vasto».²⁸

Gianni Pilo, titolare della Diacron, era convinto della riuscita del progetto: «il telefonino cellulare fu inventato nel 1947, ma per molti anni nessuno ci ha creduto. Nel 1980 ce n'erano 900 mila nel mondo, nel 1991 erano già 10 milioni e nel Duemila si prevede un numero tra i 40 e i 90 milioni. Pensiamo solo al mercato italiano: esistono 24 milioni di televisori, 9 milioni di utenti del televideo, 11 milioni di sveglie elettriche, 300 mila personal computer nelle case. Ecco questo é l'enorme potenziale di un'iniziativa telematica come Video On Line che si rivolge alle famiglie, alle aziende, a un pubblico senza frontiere».²⁹

In questo momento partivano da Cagliari due linee dirette da 2 Mbit al secondo per Washington e New York, mentre un'altra dorsale europea (Cagliari – Milano – Francoforte – Parigi – Stoccolma – Washington) collegava la Sardegna agli Stati Uniti. Altre connessioni dirette univano Cagliari a Mosca e Cagliari a Shanghai. «Questa potenza di connessione é doppia rispetto al totale di tutte le reti europee collegate ad Internet».³⁰

In Italia la strategia di comunicazione di Video On Line si fondava su una rete a maglie strettissime che da 230 distretti telefonici consentiva agli abbonati di collegarsi al servizio con una semplice telefonata urbana. La stessa strategia, ma con tempi un pò piú lunghi, si prospettava fosse applicabile all'Europa, all'Africa e al resto del mondo.

1.4 Ampliamento

Il 24 febbraio 1995, seguendo la scia del quotidiano sardo, decise di entrare in internet anche il quotidiano comunista «il manifesto», facendo cosí il suo ingresso nel cyberspazio, affiancandosi a «Il Giorno» e «l'Unità», accessibili grazie a Video On Line.

²⁷ *Ibidem.*

²⁸ *Ibidem.*

²⁹ *Ibidem.*

³⁰ *Ibidem.*

Nella sede cagliaritana intanto si stava estendendo l'apparato tecnico per il rafforzamento della rete telematica. Il cosiddetto "cervellone"³¹ del sistema era situato in un apposito edificio, ubicato in un'ala dello stabile di viale Regina Elena, a poca distanza dalla redazione. L'iniziativa, dapprima collegata per necessità operative al centro di calcolo del CRS4, era ormai completamente autonoma.

Le novità continuarono a susseguirsi nel tempo: il 16 marzo venne dato l'annuncio che il 7 aprile ci sarebbe stato un omaggio ai Nirvana su internet. Greg Roselli, proprietario della Big Company (produttrice dei video-concerti dei tre tenori Carreras, Pavarotti e Domingo, e dei Pink Floyd a Venezia e che trattava con sponsor come Coca Cola o Sony) arrivò in Sardegna per preparare con Video On Line un evento interattivo sui Nirvana. Il 7 aprile (primo anniversario della morte di Kurt Cobain, leader del gruppo morto suicida) dodici grandi reti televisive diffusero in tutto il mondo uno spettacolo sul gruppo rock con filmati inediti e discussioni in studio. Contemporaneamente Video On Line aprì su internet una finestra in modo tale da permettere agli utenti della rete di interagire con domande e commenti allo svolgimento dei dibattiti organizzati in lingue diverse nelle varie televisioni nazionali. A detta di Roselli: «la tecnologia digitale sta per cambiare il nostro modo di vivere, di lavorare, di chiacchierare. Avrà un impatto maggiore della rivoluzione industriale. Muta il modo di ricevere e scambiare informazioni, il modo di comunicare».³²

Nella stessa giornata in cui si diede l'annuncio dell'imminente omaggio ai Nirvana arrivò nella sede di via Regina Elena il principe Luc Tshombe, erede al trono dello stato africano del Katanga che, accompagnato dall'europarlamentare Dacia Valent e dall'addetto stampa, Longi André Baltazar, stava studiando un progetto telematico da applicare nel suo paese, ed era interessato al progetto portato avanti da Video On Line.

Le sue parole furono: «con la telematica il mio paese potrà cancellare il ritardo tecnologico che ha rispetto all' Europa».³³

³¹ *Video On Line trasporta il manifesto*, in «L'Unione Sarda», 24 febbraio del 1995.

³² *E' la rivoluzione digitale*, in «L'Unione Sarda», 16 marzo del 1995.

³³ *Video On Line*, in «L'Unione Sarda», 17 marzo del 1995.

Il 6 aprile 1995 fu organizzato un incontro nella sede di Video On Line fra coloro che avevano lavorato al progetto ed un pubblico di giornalisti, imprenditori, intellettuali e politici per illustrare il nuovo servizio. Luca Barbareschi illustrò la filosofia del progetto e il tour mondiale organizzato per portare tale servizio nelle principali capitali mondiali. L'obiettivo era quello di porsi come tramite privilegiato fra l'Europa ed il resto del mondo: "over the world"³⁴. Uscire dai confini dell'Italia (dove in pochi mesi si erano già raccolte 40 mila adesioni) e conquistare una clientela mondiale proponendo i suoi nuovi servizi (accesso a internet, lettura di quotidiani, posta elettronica, cataloghi, shopping, compravendite ecc.). Voleva rappresentare una "porta d'oro" attraverso la quale transitassero cultura ed informazioni.³⁵

Il giorno successivo «L'Unione Sarda», al convegno organizzato a Parigi dalla "International Federation of Newspapers Publisher" (Fiej), ricevette il suo primo grande riconoscimento internazionale insieme ad America On-Line e a Compuserve (i due più grandi servizi online del mondo). Questo grazie anche all'edizione elettronica del quotidiano, primo giornale al mondo ad essere pubblicato online in forma completamente multimediale.

«La giornata parigina si è svolta a conclusione di una settimana di studio in giro per l'Europa. Dall'Olanda all'Inghilterra, dalla Germania alla Francia, il viaggio di studio è servito ad esplorare quali opportunità potranno crearsi per la carta stampata a seguito della crescita impetuosa dell'editoria elettronica e della multimedialità».³⁶

Grauso cercò di spiegare quali sarebbero stati i problemi per i giornali in un futuro elettronico ormai sempre più vicino ad editori europei, americani e giapponesi. Queste le sue parole: «quando abbiamo iniziato a costruire Video On Line pubblicando L'Unione Sarda elettronica, pensavamo ad uno strumento destinato inizialmente alla Sardegna. Ma questa idea non è durata più di alcune ore. Il primo giorno della pubblicazione dell'Unione su Internet hanno cominciato ad arrivare

³⁴ A. Pani, *Il mondo nel computer di casa. Dal giornale multimediale allo shopping in salotto*, in «L'Unione Sarda», 7 aprile del 1995.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ A. Rodriguez, *L'innovazione tecnologica rivoluziona l'editoria: il futuro è nell'elettronica*, in «L'Unione Sarda», 7 aprile del 1995.

centinaia di messaggi elettronici da tutto il mondo. Quel giorno stesso abbiamo capito che i confini geografici, tradizionalmente intesi, non esistevano piú. Con la telematica viviamo in un mondo senza confini che esprime una grande richiesta di informazione. Si tratta di soddisfare questo bisogno».³⁷

Le preoccupazioni erano quindi sui contraccolpi che sarebbero seguiti. Si prospettava una convivenza iniziale del giornale cartaceo ed elettronico, seguita da un periodo difficile per la carta stampata, non appena il giornale elettronico fosse stato utilizzato in maniera piú semplice da parte del lettore, senza troppe difficoltà per l'accesso, per la sua capacità di offrire un maggior numero di informazioni che interessano il lettore ad una velocità maggiore. Questo fattore doveva inoltre essere considerato con il contemporaneo accompagnarsi dello sviluppo dei personal computer, sempre piú piccoli e capaci di essere trasportati in modo sempre piú semplice.

L'editore sardo continuò poi: «Video On Line é nata per offrire risposte alle nuove esigenze di un mercato che mostra già molti segni di interesse verso i giornali online. La strategia aziendale é semplice. Abbiamo innanzitutto acquistato la connettività per avere una nostra rete estesa e capillare. E vogliamo che in qualunque parte del globo i nostri abbonati si connettano a 'Video On Line' pagando il costo di una semplice telefonata urbana. Su questa rete distribuiamo informazioni di ogni tipo ed in ogni lingua, rivolgendosi alla cultura occidentale ed a quella orientale, al mondo arabo ma anche al grande universo dell'estremo Oriente».³⁸

1.5 Pubblicità

Le nuove esigenze di mercato interessavano però direttamente anche altri elementi del giornale elettronico, come ad esempio la pubblicità, che doveva cambiare in relazione alle nuove opportunità interattive. I messaggi pubblicitari, infatti, dovevano essere accattivanti come i depliant illustrativi, ricchi di dettagli, molto documentati e specifici. Perché? Il consumatore, avendo la possibilità di ordinare i prodotti pubblicizzati direttamente online poteva anche controllare

³⁷ *Ibidem.*

³⁸ *Ibidem.*

immediatamente la qualità del prodotto, accertandosi che le promesse fatte corrispondessero a verità.

Nella seduta di Parigi si era vista anche la differenza di approccio tra America On Line, CompuServe e Video On Line. Mentre gli americani avevano sviluppato reti chiuse in se stesse, Video On Line aveva costruito un'ipotesi completamente aperta che consentiva ai suoi abbonati di entrare anche negli altri servizi online, avendo così a disposizione un'enorme massa di informazioni. Appariva in versione multimediale: dai testi si poteva accedere ai suoni ed alle immagini in movimento.

A Parigi Grauso illustrò infine le caratteristiche del Centro mondiale per i giornali elettronici che avrebbe dovuto avere sede all'interno di Video On Line e che sarebbe dovuto essere diretto da Terry Maguire, uno dei più noti esperti americani di electronic publishing.

CAPITOLO II

IL PROGETTO SI ESPANDE

2.1 Tour

Nel 1995 la prima tappa del tour mondiale «Over the World»³⁹ si tenne alla grande fiera internazionale dell'informatica di Cannes. Qui lo stand di Video On Line fu in assoluto il piú apprezzato ed ebbe il maggior successo.

Successivamente fu la volta del congresso internazionale degli editori a Parigi e della fiera internazionale della telematica a Sylicon Valley in California, ossia «il cuore pulsante dell'intelligenza artificiale mondiale»⁴⁰. Fatto di rilevante importanza é che Video On Line era l'unica azienda invitata oltre a quelle americane, nessun altro network mondiale era stato ritenuto all'altezza.⁴¹

Tra gli altri appuntamenti previsti: il 28 aprile Video On Line fu presentato ad Atene, Alessandria D'Egitto e Sofia. Il 2 maggio a Istanbul, il 3 a Tunisi e Bucarest, il 5 Beirut e Budapest, il 9 Casablanca, il 10 San Pietroburgo e Berlino, il 12 Lisbona, il 13 ad Amman, il 15 a Mosca, il 16 a Madrid, il 17 a Shangai, il 18 a Bruxelles, il 19 a Barcellona, il 22 a Singapore, il 23 a Stoccolma, Parigi e Londra, il 26 a Copenaghen, Jakarta e Ginevra. Il 31 maggio a Tel Aviv e Tripoli. Il primo giugno a Johannesburg, il 7 giugno a New York e il 23 a Teheran.

Questo tour, preceduto in ogni nazione da un'imponente campagna pubblicitaria, avveniva in città nelle quali Video On Line aveva sistemato un proprio server, un centro elettronico ed una rete telematica. In ogni paese erano stati sviluppati (o lo sarebbero stati) rapporti di collaborazione e scambi tecnico-commerciali con aziende informatiche, editoriali e industriali per la gestione delle reti locali e per lo sviluppo di progetti economico-finanziari.

Il tour fu gestito da un'azienda collegata al gruppo per quanto riguarda l'aspetto organizzativo, la parte tecnica fu gestita dai tecnici di Video On Line e la

³⁹ A. Pani, *Il mondo nel computer di casa. Dal giornale multimediale allo shopping in salotto*, in «L'Unione Sarda», 7 aprile del 1995.

⁴⁰ *Nelle capitali del mondo*, in «L'Unione Sarda», 28 aprile del 1995.

⁴¹ *Ibidem*.

supervisione affidata al management ed ai consulenti del “Grauso publishing Group”.

2.2 Gli obiettivi

Il risultato piú grande che si voleva raggiungere era senz’altro uno: portare la Sardegna ai massimi livelli mondiali della telematica garantendole un posto importante nello scacchiere delle nuove comunicazioni di massa.

Alcuni dirigenti del gruppo durante il tour precisarono che gli obiettivi di Video On Line erano quelli di fornire servizi in tutte le lingue dei paesi in cui si estendeva la rete, sviluppare i servizi secondo programmi precisi, semplificare al massimo l'uso del mezzo ed offrire servizi di facile accesso.

«Video On Line per la qualità e la quantità dei servizi e per la potenza delle sue linee può essere considerata la grande stazione centrale tra l'Europa e il resto del mondo e lo strumento piú rapido e piú efficace per la promozione di prodotti e di informazioni culturali molto piú ampi e vari di quelli di altre reti che offrono solo la cultura americana. I servizi proposti da Video On Line coprono tutti i campi della vita professionale e privata anche nella lingua del paese dell'abbonato».⁴²

Dopo poco tempo Video On Line era diventata una realtà non solo in Italia, con le sedi operative a Cagliari e Milano e “nodi di accesso” in ciascuno dei 230 distretti telefonici della penisola, ma il logo dell’uccello stilizzato sardo compariva anche nei quattro angoli del mondo: Shangai (Cina), San José (Usa), San Pietroburgo, Helsinki, Singapore, Johannesburg e Tunisi.

Proprio in Tunisia il provider del gruppo Grauso riuscì ad anticipare un concorrente come Bill Gates, che arrivò con due settimane di ritardo con la sua Microsoft Network Services. «E se gli uomini di Bill Gates hanno dovuto spendere il loro tempo per parlare male di noi - ha commentato Nicola Grauso - vuol dire che abbiamo lavorato bene».⁴³

⁴² *Video On Line approda a Bruxelles*, in «L’Unione Sarda», 20 maggio del 1995.

⁴³ A. Pani, *Con una marcia in piú*, in «L’Unione Sarda», 27 maggio del 1995.

Un semplice programma di gestione del servizio, detto browser, offerto gratuitamente, e la disponibilità di veloci autostrade informatiche erano le sole carte vincenti di una sfida che si giocava a livello planetario e che vedeva tra i concorrenti anche Bill Gates, il “ragazzo d'oro”⁴⁴ di Microsoft.

«Oggi, chiunque può creare un'azienda che consenta di navigare in Internet. Ne sanno qualcosa quanti, collegato il loro pc alla rete telefonica, hanno ricavato non poche delusioni. Non é semplice, infatti, avventurarsi in questa autostrada informatica che collega oltre 40 milioni di utenti in tutto il mondo (mettendo in contatto gli archivi della Nasa, tanto per fare un esempio, con un computer di Ortacesus). Colpa dell'enorme quantità di informazioni accessibili e dei tempi lunghi necessari per acquisirle. Tutto questo perché, assieme alle informazioni di reale interesse (basti pensare a migliaia di relazioni scientifiche nel campo della medicina), navigano anche quintali di paccottiglia».⁴⁵

Uno dei settori fra i piú dinamici del gruppo Grauso, ad esempio, si occupava di fare una selezione nell'universo del cyberspazio e di proporre quotidianamente ai suoi utenti solo i titoli di maggior interesse indicando anche dove potessero trovarli. Video On Line poteva effettuare tale operazione dopo aver ottenuto dall'organismo senza scopo di lucro che gestisce gli indirizzi internet il titolo di “Register Ripe”, come disse un informatico del gruppo: «é come se fossimo il Pubblico registro automobilistico e potessimo assegnare le targhe».⁴⁶

Video On Line si propose quindi come mediatore privilegiato tra i possessori di computer di tutto il mondo ed i fornitori di una varietà di servizi illimitati.

2.3 Nuove prospettive

Il 12 luglio 1995 Video On Line presentò i servizi disponibili per introdurre la Sardegna ed “i suoi prodotti”⁴⁷ nella rete telematica di internet agli amministratori isolani (regionali, provinciali e comunali). Ad illustrare le potenzialità del

⁴⁴ A. Pani, *Con Video On Line parte la sfida del mercato globale*, in «L'Unione Sarda», 27 maggio del 1995.

⁴⁵ A. Pani, *Con una marcia in piú*, in «L'Unione Sarda», 27 maggio del 1995.

⁴⁶ *Ibidem*.

⁴⁷ *Video On Line. Oggi a Cagliari convention con enti locali navigando su internet avendo come punto d'imbarco la Sardegna*, in «L'Unione Sarda», 12 luglio del 1995.

servizio, che nel giro di pochi mesi aveva proiettato la Sardegna verso la terza ondata (teleinformatica, servizi telematici, programmazione informatica) dell'economia mondiale⁴⁸, furono l'attore Luca Barbareschi, il giornalista esperto di informatica Julian Thomas ed il direttore de «L'Unione Sarda» Antonangelo Liori.

Il convegno fu di importanza fondamentale perché spiegò tutte le opportunità di questo nuovo sistema.

«Per farsi un'idea degli scenari di sviluppo che Video On Line apre alla nostra Isola, basti pensare agli 80 milioni di utenti «di serie A» (e cioè aziende e uomini d'affari) raggiungibili via computer in tempo reale in tutto il mondo da qualsiasi imprenditore o amministratore sardo. Raggiungibili per fare cosa? Gli esempi sono infiniti. Pensiamo all'offerta di infrastrutture: grazie a Video On Line un consorzio industriale può riversare in rete tutte le informazioni utili per gli imprenditori stranieri interessati ad investire e ad insediarsi nella zona».⁴⁹

Ma oltre ai rapporti economici la rete era destinata a rivoluzionare anche quelli tra utenti e pubbliche amministrazioni. Si prospettava infatti che Regione, Comuni, Province ed Enti strumentali utilizzassero la rete non solo per trasmettere dati alle sedi periferiche, ma anche per consentire ai privati un accesso in tempo reale a informazioni e servizi al costo di una telefonata urbana. Dalla disponibilità di posti letto presso i presidi ospedalieri, ai posti letto alberghieri, alla situazione dei progetti in corso di approvazione ecc.

É il 12 agosto quando al “China Institute” Video On Line vengono spiegate le potenzialità e le funzionalità di internet grazie all'ingegner Kai Li, responsabile dello sviluppo del servizio nei paesi dell'Asia orientale per la società di servizi del gruppo Grauso. La strategia prevedeva la costituzione in ogni paese di un servizio online che rispettasse lingua, cultura e tradizioni locali. Nella politica di internazionalizzazione, anche per la natura globale e decentrata della rete, veniva adottato un approccio multi locale e multilingue: i servizi erano in più lingue ed in diversi paesi del mondo, dalle lingue occidentali a quelle orientali, come l'arabo e

⁴⁸ *Ibidem.*

⁴⁹ *Ibidem.*

il cinese. Ogni popolazione aveva la possibilità di uscire dai propri confini, mantenendo la propria identità di origine, ed interagendo con altre culture e popolazioni. Il centro internazionale di traduzione di Video On Line a Tirana metteva a disposizione via internet traduttori specializzati per tutte le lingue più diffuse al mondo.

Seguendo il progetto “A local online all over the world”, ossia la realizzazione di un network mondiale di servizi online locali che desse accesso ad internet in ogni paese del mondo, ad agosto Video On Line arrivava a Malta; qui furono installati 100.000 computer (ossia 1 PC ogni 4 abitanti), uno ogni famiglia. Video On Line Malta, gestito da un partner commerciale locale, consentì agli abbonati di accedere a tutti i servizi offerti dalla società multimediale del gruppo Grauso, dalla posta elettronica che permette di inviare e ricevere messaggi in tempo reale da tutto il mondo, all'accesso diretto a internet.

Tra i più interessati a tale iniziativa ci furono gli imprenditori turistici, forza trainante dell'economia maltese (gli arrivi all'anno erano stimati sui 900 mila), convinti che la ricca vetrina offerta dalla rete consentisse di attirare nuovi ospiti, estendendo le campagne promozionali a tutto il mondo.

Il 16 settembre «L'Unione Sarda» realizzò un nuovo progetto: regalare l'abbonamento a Video On Line. La Sardegna stava dimostrando di possedere professionalità ed un patrimonio di conoscenze in questo settore che la collocavano in una posizione di primo piano. Questo dischetto fu distribuito mediamente a centomila famiglie affinché, avendo un computer ed un modem, potessero “collegarsi al resto dell'universo abbattendo un isolamento millenario”⁵⁰. Il dischetto era accompagnato da un inserto di otto pagine dove si raccontava una parte della filosofia di tale progetto, offrendo una scheda tecnica per collegarsi ad internet. Periferia e centro in questo modo non esistevano più.

Due giorni dopo Nicola Grauso partecipò al convegno sulle nuove frontiere della comunicazione “Porte aperte al futuro della comunicazione”, tenutosi a Roma al festival dell'Unità, tenendo una relazione sulla telematica ed internet. In essa raccontò l'avventura di Video On Line, un network che in meno di otto mesi era

⁵⁰ Oggi *L'Unione Sarda* regala l'abbonamento gratuito a Video On Line, il più importante network telematico europeo, uno dei tre maggiori al mondo, in «L'Unione Sarda», 16 settembre del 1995.

riuscito a raggiungere seicentomila utenti al giorno, posizionandosi al terzo posto al mondo dopo America on Line e McLink, le due maggiori reti americane. L'editore sardo espose ciò che secondo lui sarebbe accaduto in pochi anni nel mondo delle comunicazioni di massa: una maggiore democratizzazione del sistema di informazione, un rapporto piú diretto e funzionale tra produttore e utente dell'informazione, una riscrittura complessiva del rapporto tra periferia e centro. «Noi non sappiamo in che modo questa rivoluzione si svolgerà - ha affermato - sappiamo solamente che tutti i vecchi rapporti di forza verranno messi in discussione e che si potrà finalmente avere un sistema piú aperto e democratico». ⁵¹

Al convegno parteciparono oltre seicento persone, principalmente operatori culturali e rappresentanti del mondo della comunicazione, segno di un fortissimo interesse, quasi a ricordare che l'Italia, benché ultima nella corsa alla telematica, aveva già fatto passi da gigante costruendo progetti assolutamente innovativi. A detta dei partecipanti l'unico freno continuava ad essere la politica tariffaria dell'azienda pubblica dei telefoni (Telecom) che stava fortemente penalizzando le aziende del settore, mettendole in condizioni di indubbia inferiorità rispetto ai concorrenti stranieri. ⁵² Negli Stati Uniti, infatti, veniva pagato solo l'abbonamento e non il consumo, per poter in questo modo facilitare l'utilizzo delle reti. Viceversa il costo della connessione in Italia era del tutto arbitrario e non agevolava lo sviluppo delle telecomunicazioni.

Nella sede cagliaritana intanto si susseguivano le visite di delegazioni estere: a fine settembre arrivarono delegazioni da Senegal, Kenia, Uganda, Ciad e Zaire. Guidati dal direttore editoriale de «L'Unione Sarda», Alberto Rodriguez, e da Luc Tshombe, principe del Katanga (responsabile della politica africana per Video On Line) i diplomatici poterono osservare il funzionamento del piú importante snodo di internet in Europa.

Luc Tshombe illustrò alla delegazione africana le potenzialità di un collegamento telematico per il continente africano, spiegando poi il significato di tale visita: «l'approccio di Video On Line nei confronti dell'Africa non é di tipo strettamente commerciale: bisogna capire che l'Africa ha bisogno di sviluppo, quindi é

⁵¹ *La nuova frontiera*, in «L'Unione Sarda», 18 settembre del 1995.

⁵² *Ibidem*.

necessario un approccio 'sociale', per trasmettere conoscenza e cultura ad un continente che deve ancora crescere».⁵³

Bastava un clic per accorciare le distanze di un continente ancora in fase di sviluppo, per farlo uscire da un isolamento culturale che si trascinava da tempo e metterlo in contatto col resto del mondo.

2.4 Interessi esterni

Nello stesso periodo anche la magistratura militare si avvicinò a Video On Line, sperando di ottenere strumenti d'indagine più veloci, partendo dagli uffici delle procure fino ad arrivare alle aule giudiziarie.⁵⁴ Dopo l'incontro fra Grauso e Giuseppe Scandurra, procuratore generale militare, accompagnato dal procuratore di Cagliari, Vito Maggi, da altri magistrati romani e dal colonnello Angelo Carano, comandante provinciale dei carabinieri, fu siglato un primo accordo il 27 settembre 1995. Il procuratore Scandurra spiegò perché: «la criminalità avanza e spesso può contare su mezzi e risorse di cui la giustizia non dispone. Per affrontarla con efficacia, non abbiamo altro rimedio che stare al passo coi tempi».⁵⁵ Il computer era l'unico mezzo in grado di gestire una mole gigantesca di informazioni e dati e, grazie a Video On Line, le procure potevano avere un accesso diretto alla rete. Una volta conosciute le potenzialità del sistema i magistrati avrebbero potuto scambiarsi informazioni in tempo reale e questo avrebbe agevolato il loro lavoro. Il problema più delicato restava quello della segretezza dei documenti. Gli esperti di Video On Line (affiancati dal procuratore militare di Cagliari, Vito Maggi, esperto di internet) dovevano studiare un sistema per criptare i messaggi di posta elettronica in partenza e in arrivo da ogni procura. In ogni caso, accanto al documento telematico, ogni procura doveva conservare le copie cartacee e su disco.

Dopo pochi giorni anche l'Ipsa, società milanese leader nel campo delle pubblicazioni in tema tributario, strinse un accordo con Video On Line. A questo punto bastava un clic per poter accedere via web alla legislazione in materia

⁵³ I. Orrù, *Anche l'Africa guarda al pianeta Internet*, in «L'Unione Sarda», 19 settembre del 1995.

⁵⁴ *Magistratura militare, indagini più veloci grazie a 'Video On Line'*, in «L'Unione Sarda», 28 settembre del 1995.

⁵⁵ *Ibidem*.

fiscale: testi, analisi e commenti di progetti, leggi, circolari ministeriali e sentenze fra le piú importanti nel settore tributario, societario e del diritto di lavoro. L'intesa prevedeva la gestione (da parte di Video On Line) di una home page che illustrasse tutti i prodotti ed i servizi offerti per le aziende ed i professionisti e l'apertura e la gestione da parte di Ipsoa di alcuni forum di discussione destinati al pubblico professionale. Attraverso internet quindi esperti e persone interessate potevano scambiarsi commenti e informazioni a distanza. L'accordo prevedeva anche la pubblicazione di «IPSOTel», il quotidiano telematico di informazione tributaria, societaria e del lavoro, realizzato da Ipsoa, offerto gratuitamente agli utenti di Video On Line durante il primo mese e successivamente in abbonamento.

2.5 Collaborazione con Media Lab

Una data fondamentale del 1995 fu l'11 ottobre: l'evento era la ricorrenza dei primi 10 anni di attività del Media Laboratory del prestigioso Mit (Massachusetts Institute of Technology) di Boston, il centro di ricerche diretto da Nicholas Negroponte, dove era nata la multimedialità e dove si sviluppò il nuovo approccio ipertestuale che fece uscire internet dall'esclusivo circuito delle università per portarlo nelle case e nelle aziende. L'evento piú importante non avvenne a Boston ma in tutto il mondo con il contributo diretto degli utenti della rete telematica globale: già dal primo ottobre, infatti, migliaia di persone di ogni nazionalità iniziarono ad inviare i loro contributi inserendo le loro opinioni, serie o ironiche, sui temi che venivano proposti di giorno in giorno.

«Si va da un 'privacy e fiducia nella società digitale' a 'sesso, salute, il corpo e la tecnologia'; da 'mondi naturali e mondi virtuali, coesistenza e coevoluzione' a 'in un mondo post-digitale, cosa significa essere in un luogo'. Con le riflessioni su questi argomenti, sono state inviate immagini, musiche e filmati».⁵⁶

⁵⁶ *Sul Pc di casa va in scena il nuovo mondo*, in «L'Unione Sarda», 11 ottobre del 1995.

Durante questo evento, davanti a duemila invitati, Negroponte aveva “tessuto le lodi”⁵⁷ di Video On Line definendolo «uno dei tre progetti al mondo che mostrano di aver capito meglio quali sono le reali potenzialità di Internet. [...] E qualche minuto dopo, a fugare lo scetticismo dell'editore sardo e i possibili dubbi di profani e invidiosi, sono arrivati altri due importanti riconoscimenti: la Grauso professorship al 'Media Lab' e l'accordo tra Video On Line e 'Media Lab'. [...] Grazie a questa intesa cinque ricercatori per i prossimi sei anni lavoreranno a progetti comuni. Studiosi americani dovranno invece preparare le valige e trasferirsi nelle sedi del server nato a Cagliari ma ormai presente nelle principali città del mondo. E viceversa».⁵⁸

L'obiettivo era quello di proseguire nella ricerca per l'applicazione dei linguaggi naturali al computer, per lo sviluppo dell'agente intelligente e della carta elettronica. Un progetto destinato a rivoluzionare il mondo della comunicazione.

In seguito all'accordo Grauso commentò: «non mi aspettavo una simile accoglienza e soprattutto questi riconoscimenti. [...] Abbiamo lavorato serenamente, con entusiasmo, pensando a costruire qualcosa di importante. I risultati stanno arrivando ma quelli veri li vedremo alla fine».⁵⁹ Elencò gli ostacoli che aveva dovuto superare: «penso al disturbo di mezzi, uomini, di tutte quelle persone invidiose e frustrate che hanno tentato in modo strumentale e con ogni mezzo di metterci il bastone fra le ruote proprio nella fase più delicata del nostro progetto, nella fase di massima tensione creativa»⁶⁰, sostenendo poi «siamo in una fase ormai troppo avanzata per poter essere fermati. Video On Line ha due sedi in America, una in India, una a Singapore, una a Tunisi, una a Malta, un'altra a Johannesburg solo per citare le più importanti. In ognuna di queste sedi, così come avviene a Cagliari, nostro quartier generale, è installato un computer che dialoga con altri computer. E tutto funziona in modo indipendente, come una grande rete alla quale sono agganciati altri duecento computer affiliati con noi in tutto il mondo».⁶¹ Al perché secondo lui Media Lab decise di collaborare con Video On Line rispose: «Nicholas Negroponte ha visitato la sede di Video On

⁵⁷ *Matrimonio Mit-Video On Line*, in «L'Unione Sarda», 15 ottobre del 1995.

⁵⁸ *Ibidem.*

⁵⁹ *Ibidem.*

⁶⁰ *Ibidem.*

⁶¹ *Ibidem.*

Line a Cagliari qualche mese fa. Leggendo alcune sue dichiarazioni, apparse sulla stampa specializzata, ho saputo che apprezzava il nostro lavoro. E quando sono arrivato in America ho capito anche il perché: la nostra grafica, ad esempio, studiata da ricercatori Video On Line, somiglia moltissimo a quella americana. Colori, finestre, sono pressoché identici. Ci fa piacere e penso che scoprire un server così vicino al loro li abbia favorevolmente impressionati. Ma c'è anche dell'altro. [...] Una persona che possiede in casa il personale computer, collegandosi attraverso il modem a Video On Line, può agevolmente accedere a Media Lab e quindi accedere a tutte le sue informazioni. Non è una cosa di poco conto se si pensa che il laboratorio del 'Mit' di Boston è il luogo dove si usano strumenti straordinari per sperimentare oggi, ai nostri giorni, le soluzioni che domani saranno di uso comune. In dieci anni di attività Media Lab ha realizzato la più importante rete multimediale del mondo».⁶² Secondo l'editore sardo: «il primo passo, seguendo la logica, è proprio quello che porta i ricercatori di Video On Line in America. Mentre alcuni esperti di Media Lab collaboreranno attivamente con le nostre sedi per fare assieme dei passi avanti nell'applicazione dei linguaggi naturali al personal computer, dell'agente intelligente, della cosiddetta carta elettronica. Inizia una fase di studio ed al momento è difficile dire, capire cosa cambierà. Certo ci sarà un avanzamento delle tecnologia, miglioreranno i servizi offerti agli utenti, probabilmente il computer se non lo è già diventato, diventerà parte integrante della nostra vita. Per quanto ci riguarda continueremo a lavorare sulla strada intrapresa quest'anno. Le proposte di collaborazione non mancano: prima di partire per Boston ne abbiamo ricevute più di duecento, forse duecentocinquanta. Chissà domattina quante saranno. Questo è un universo in rapida evoluzione. L'impegno è stare al passo con gli altri o andare più veloci».⁶³ Dopo una settimana dallo «scambio di intellegenze»⁶⁴ e professionalità fra Grauso e Negroponte ci fu a Cagliari un nuovo incontro a cui partecipò anche il sottosegretario agli esteri Mario D'Urso.

L'incontro rappresentò un passo avanti nella collaborazione finalizzata a basi per un progetto di eccezionale innovazione tecnologica, in gran parte ancora

⁶² *Ibidem.*

⁶³ *Ibidem.*

⁶⁴ *Dalla carta digitale all'«agente intelligente»*, in «L'Unione Sarda», 19 ottobre del 1995.

sperimentale. Si trattava del «digital paper», che in un futuro non troppo lontano avrebbe potuto eliminare i problemi dell'approvvigionamento cartaceo. In pratica prevedeva che un computer trasmettesse i dati sempre sullo stesso foglio di carta: un solo giornale o un unico libro sarebbero bastati per contenere il quotidiano di un anno o persino un'intera biblioteca. Grauso e Negroponte conclusero quindi un accordo per le ricerche sull' «agente intelligente» (una nuova categoria di software) ed altri progetti sul «testo dinamico».

2.6 Diventare «editori»

A fine ottobre Video On Line attivò un nuovo servizio: chiunque con un minimo di 50 mila lire annuali poteva aprire immediatamente un proprio sito internet mettendo online testi, immagini e suoni, aggiornandoli a proprio piacimento, e rendendoli consultabili in tutto il mondo.

L'obiettivo fu quello di eliminare ogni ostacolo ad un utilizzo attivo della rete. La procedura era semplice: l'aspirante «editore» doveva chiamare la home page di Video On Line e seguire le indicazioni che gli arrivavano online. Le pagine (in formato Html) che poi inviava direttamente sul server di Video On Line con la procedura Ftp, o per posta elettronica potevano contenere dati, immagini e suoni. La tariffa base era di 300 mila lire all'anno per ogni megabyte occupato. Un megabyte equivaleva a 300 pagine di testo o una dozzina di fotografie. Siti più piccoli avrebbero pagato frazioni proporzionali (100 mila per 0,33 megabyte) con un minimo di 50 mila lire. Il sito creato sarebbe stato immediatamente operativo. Questo sarebbe stato utile a tutti, ai genitori che volevano mandare le foto dei figli ai parenti, all'autore che desiderava pubblicare su internet il suo inedito, al professionista o all'azienda che intendeva presentare la sua attività o mettere in linea il suo catalogo prodotti ecc. Oltre che sul server di Cagliari l'utente poteva chiedere di pubblicare il suo sito sui server di Video On Line attivi a Boston e nella Silicon Valley o su quelli che entro novembre sarebbero stati aperti a Johannesburg, Tunisi, Bangalore e Shanghai.

2.7 Convention internazionale

Agli inizi di dicembre fu organizzata nella sede de «L'Unione Sarda» una convention a cui parteciparono manager e diplomatici di 26 stati: Albania, Belgio, Bulgaria, Cina, Francia, Giordania, India, Iran, Libia, Malta, Palestina, Russia, Svizzera, Arabia Saudita, Brasile, Repubblica Ceca, Danimarca, Giappone, Grecia, Israele, Libano, Macao, Marocco, Polonia, Spagna e Tunisia, ovvero i potenziali partner della proposta "A local line all over the world", illustrata nella primavera precedente in oltre 30 paesi. Contatti con governi, ambasciatori, dirigenti di aziende pubbliche e imprenditori privati erano proseguiti durante l'estate. La concezione multiculturale di internet propugnata da Video On Line era stata alla base di una vera e propria "politica estera"⁶⁵. L'iniziativa era stata portata avanti dal fondatore di Video On Line e dai suoi collaboratori: un team di giovani poliglotti coordinati da Alessandra Zingales, ex amministratore delegato di Telemontecarlo. La Convention internazionale intendeva fare il punto su quanto era stato fatto e presentare le nuove proposte raccolte nella cosiddetta «VolCase», una sorta di scatola che comprendeva gli elementi indispensabili per costituire in piena autonomia un information provider nazionale: software, know-how, approcci commerciali e altre cose ancora. «VolCase» consentiva sia di sviluppare da zero un provider nazionale, in completa autonomia, sia di integrare un'attività «acquistando singoli elementi». ⁶⁶

All'incontro era intervenuto in videoconferenza Nicolas Negroponte, il quale così spiegò l'evoluzione e l'importanza del web:

«Negli ultimi tre o quattro mesi ci siamo resi conto che Internet é l'autostrada dell'informazione del futuro in quanto sta crescendo a una velocità assolutamente incredibile. I siti Web raddoppiano di numero ogni sessanta giorni e le home-page vengono aggiunte ogni 4 secondi. Ma la cosa piú interessante é che non si tratta piú di un fenomeno americano: piú del 50 per cento di Internet é ormai al di fuori degli Stati Uniti . Internet é ormai costituita da un traffico multilingue e devo dire che Video On Line, in questo, ha un grandissimo merito perché mi pare che abbia lavorato piú di chiunque altro

⁶⁵ S. Bonesu, *Convention a Cagliari: in arrivo manager e diplomatici di 26 stati*, in «L'Unione Sarda», 4 novembre del 1995.

⁶⁶ *Ibidem*.

per rendere Internet multilingue. É possibile che i governi, in futuro, cerchino di controllare Internet, ma non potranno farlo. Cercheranno di introdurre normative e regolamenti che rallentino la potenza di Internet ma non funzionerà. Questi tentativi, sicuramente non riusciranno a ottenere risultati, perché Internet é un fenomeno assolutamente inarrestabile, controllabile solo dagli utenti. É soprattutto uno strumento della gente, non dei governi; uno strumento perché i giovani apprendano, perché gli anziani si ricolleghino con la società. Un problema che dovrà essere risolto nei prossimi sei mesi é rappresentato dalla riservatezza e dalla codifica dei dati. La riservatezza dei dati é un fattore importante nel commercio elettronico; noi sappiamo che oggi la sicurezza dei dati su Internet non é garantita al cento per cento. La settimana prossima incontrerò il governo americano e cercherò di convincerlo a eliminare le leggi sull'esportazione che impediscono la crittografia dei dati. Penso che bisognerà lavorare molto su questo, perché la sicurezza personale e commerciale dei dati deve essere garantita a un livello elevato. Penso che quando ciò sarà possibile assisteremo a un'esplosione del commercio via Internet».⁶⁷

Video On Line, a differenza di altre aziende che si limitavano a permettere agli utenti di collegarsi alla rete, poteva assicurare la migliore connettività tra Europa e Stati Uniti, oltre ad una proficua collaborazione tra i due piú avanzati centri di ricerca al mondo: il Mit di Boston ed il CRS4 diretto dal premio Nobel Carlo Rubbia.

Va ricordato che in questo momento gli utenti che usufruivano della rete erano circa trenta milioni, ma la progressione di nuovi ingressi procedeva ad una velocità tale da rendere approssimate per difetto anche le piú ottimistiche previsioni. Entrare in internet significava avere libero accesso a migliaia di archivi dai quali si poteva usufruire di testi, immagini e suoni: informazioni aggiornate in tempo reale su materie che comprendono tutto lo scibile umano.

2.8 Renato Soru

Alla convention internazionale di dicembre partecipò anche Renato Soru. 38 anni, laureato alla Bocconi di Milano dopo aver frequentato il liceo a Sanluri, si interessò al settore delle comunicazioni multimediali in seguito ad un'esperienza

⁶⁷ *Così parlò Negroponte*, in «L'Unione Sarda», 7 novembre del 1995.

maturata nel settore delle costruzioni, con la promozione e la vendita di centri commerciali. Affermò: «Per seguire questa attività sono andato a Praga e qui ho visto che vi sono notevoli potenzialità nel settore dello sviluppo immobiliare. Ma non mi sono fermato; sono entrato in contatto col gruppo Grauso e, siccome mi piace il settore di attività, ho deciso di affidare il settore immobiliare ad altri soci e mi sto lanciando nel settore multimediale. La mia nuova attività sarà operativa a Praga a metà di questo mese». ⁶⁸

Dopo la convention rilasciò un'intervista in cui spiegò come nella Repubblica Ceca avessero costituito «la “Ceca On Line” che ha ottenuto la licenza dal Ministero delle Telecomunicazioni e ha una linea ad alta velocità collegata con Milano. Da Praga partiremo ora verso le altre città capoluogo di distretto». ⁶⁹ Il mercato si presentava qui come «un mercato nuovo, per certi aspetti è un po' difficile per altri è più facile perché è apertissimo alle novità più di quanto accada da noi: capita molto spesso di ricevere biglietti da visita con l'indirizzo e-mail. Sono molto attenti alle tecnologie; essendo stati chiusi per moltissimo tempo, qualsiasi cosa permetta di spaziare viene visto con molto interesse». ⁷⁰ Gli accessi ad internet dalla Repubblica Ceca erano però anche «possibili attraverso una rete di università che si chiama SesNet, ma ha collegamenti molto poveri, di banda limitata. Ora stanno vendendo l'accesso ai privati che lo richiedono, ma con un marketing molto limitato, offrono solo l'accesso senza nessun servizio. Grazie all'accordo con Video On Line noi pensiamo di poter essere i primi con una presenza importante. [...] Il primo anno contiamo di assicurarci 4 mila abbonati con due miliardi di fatturato». ⁷¹

2.9 Scuola

A metà novembre del 1995 venne annunciato un nuovo progetto: internet gratis a scuola per gli istituti scolastici privati e pubblici che avevano chiesto a Video On Line l'accesso gratuito ad internet. Il pacchetto prevedeva un software in italiano,

⁶⁸ A. Pani, *La Cina va On Line?*, in «L'Unione Sarda», 7 novembre del 1995.

⁶⁹ *Ibidem.*

⁷⁰ *Ibidem.*

⁷¹ *Ibidem.*

le istruzioni, la password per accedere a internet, il servizio di posta elettronica e l'assistenza telefonica diciotto ore su ventiquattro. Il prezzo di listino normalmente si aggirava attorno al mezzo milione di lire ma Grauso così dichiarò: «preferiamo rinunciare a qualche entrata nel breve termine e contribuire invece a ridurre il gap che nel settore dell'informatica si é creato tra la scuola italiana e quella degli altri Paesi». ⁷² Grauso si disse «preoccupato, come cittadino ed imprenditore, dal ritardo con il quale il sistema scolastico italiano si avvicina all'informatica. Lo scarso utilizzo di mezzi come Internet nelle scuole é una vera bomba a tempo per il Paese e per le nuove generazioni». ⁷³ Nacque quindi l'idea dell'abbonamento omaggio che consentiva agli istituti scolastici piú sensibili al problema di aggirare gli ostacoli burocratici legati all'attivazione e al pagamento degli abbonamenti. A differenza di altri server quello fondato dall'editore sardo puntava agli abbonamenti su una diffusione a larga scala, a cominciare dalle famiglie, una scelta che lo aveva portato ad occupare il primo posto fra gli operatori italiani e posizioni di vertice in campo europeo.

Il progetto di portare internet in tutte le scuole della provincia di Cagliari offriva molteplici vantaggi: realizzare una rete capace di collegare i vari istituti e consentire loro il reciproco scambio di informazioni e documenti, avendo a disposizione un filo diretto col Provveditorato in tempo reale. Quando il progetto entrò nella fase conclusiva le procedure burocratiche furono ridotte al minimo. L'accesso ad internet consentiva il dialogo tra le scuole ma permetteva anche agli insegnanti di attingere da quel bagaglio di archivi e conoscenze che costituiscono la dote maggiore di internet.

Con tale iniziativa si ritornava all'uso originario della rete, che si era sviluppata per consentire lo scambio di informazioni tra università e istituti di ricerca di tutto il mondo, ma allo stesso tempo si andava oltre, perché si metteva al passo coi tempi una realtà, quella della scuola, per molti versi refrattaria a qualsiasi cambiamento.

⁷² *Internet gratis a scuola grazie all'offerta di 'Video On Line'*, in «L'Unione Sarda», 12 novembre del 1995.

⁷³ *Ibidem*.

2.10 Accordo con la Fulcrum

Il 18 novembre 1995 il gruppo Grauso siglò con la Fulcrum Technologies (società canadese leader nel mercato dei documenti elettronici e controllata da Datamat Ingegneria dei Sistemi Spa, di cui é principale azionista la Banca di Roma) un accordo strategico che consentì agli utenti di Video On Line di avvantaggiarsi delle potenti caratteristiche della ricerca testuale Fulcrum. In base all'accordo Video On Line utilizzava il software Fulcrum SurfBoard (prodotto per la ricerca contestuale delle informazioni, ottimizzato sulla rete internet) su tutti i propri server e su quelli delle società affiliate che partecipavano al sistema Video On Line in Europa, America, Africa, Asia e Australia. Inoltre Video On Line e Fulcrum avviarono una partnership per lo sviluppo ed il test di software su internet. Grauso affermò: «i nostri utenti non sono specialisti di informatica, dobbiamo quindi garantire loro delle modalità di accesso e di ricerca attraverso Internet estremamente semplici, ma allo stesso tempo potenti e affidabili. Scegliere il software SurfBoard di Fulcrum non solo ci consente di soddisfare questa esigenza primaria ma anche, in prospettiva, di continuare a operare in modo coerente con le nostre politiche di sviluppo. Oltre ad essere uno strumento di ricerca contestuale estremamente flessibile, con una tecnologia potente e all'avanguardia, SurfBoard é infatti anche un software di ricerca aperto e scalabile, totalmente compatibile con i principali standard Internet e WWW, caratteristiche fondamentali per qualunque componente integrato in Video On Line».⁷⁴

Di grande importanza era anche l'ampia diffusione geografica dei prodotti Fulcrum ed il supporto alle lingue europee previsto in SurfBoard, perfettamente in linea con la filosofia Video On Line. Va ricordato infatti che, per la diffusione nel territorio, Video On Line favoriva il rispetto e la valorizzazione delle lingue e delle culture locali.

2.11 VOLpoint

All'inizio di dicembre nacque l'idea per un altro progetto: diffondere internet fra tutti coloro che non avevano a disposizione le tecnologie ed i mezzi necessari per

⁷⁴ *La ricerca in Internet Per Video On Line un partner dal Canada*, in «L'Unione Sarda», 18 novembre del 1995.

poter navigare in rete. Si decise quindi di aprire uno spazio, denominato “VOLpoint”, in piazza Costituzione a Cagliari, una postazione Video On Line in cui venivano messi a disposizione del pubblico diversi computer collegati ad internet. Chiunque avesse avuto il bisogno di navigare, o avesse voluto scoprire la nuova realtà di internet poteva dunque semplicemente recarsi presso il VOLpoint. Scopo di questo spazio era agevolare l'approccio dell'utenza con la realtà multimediale per far sì che nello studio, nel lavoro e nella vita privata, tutti potessero trarre vantaggio dai servizi e dalle informazioni che Video On Line metteva a loro disposizione. Si era pensato anche al fattore della “solitudine di chi naviga”⁷⁵, per cui poteva sembrare che l'utente si chiudesse in un suo mondo senza contatti con la realtà esterna. VOLpoint si fece promotore di una serie di iniziative culturali come mostre, incontri, dibattiti, che volevano essere «un fattore aggregante attorno all'evento»⁷⁶ e sottolineassero la possibilità della circolazione delle idee attraverso il computer. Nel primo mese, promozionale, l'accesso fu libero, con il solo vincolo di compilazione di una scheda con le proprie generalità. A partire dal nuovo anno, l'idea fu quella di far acquistare agli utenti una scheda magnetica da inserire nel computer ed utilizzare come una scheda telefonica. Tuttavia, appena un anno più tardi, nel 1996, l'internet service provider italiano fu venduto a Telecom Italia, che fece nascere l'unità business Tin.it.

«Ora e' ufficiale. Telecom Italia ha firmato un documento preliminare con il gruppo editoriale Grauso per l'acquisto dei servizi on line di Video On Line, uno dei principali server di Internet. Lo annunciano le due societa' in una nota congiunta. (...)Il gruppo Grauso, dal canto suo, ricorda che dopo aver raggiunto nei servizi on line un livello di presenza, qualita' ed immagine di tutto rilievo, recentemente ha deciso di rifocalizzare la propria attivita' sulla componente editoriale piu' legata alla tradizione ed al core business del gruppo: quotidiani, televisione, radio e l'attivita' cartaria acquisita da poco».⁷⁷

⁷⁵ *Com'è bello navigare in internet*, in «L'Unione Sarda», 3 dicembre del 1995.

⁷⁶ *Ibidem*.

⁷⁷ *Con Video On Line Piu' Internet nel futuro di Telecom*, in «http://archivio.lastampa.it/LaStampaArchivio/main/History/tmpl_viewObj.jsp?objid=1560986», 6 aprile del 1996.

III CAPITOLO

DA ROTTERDAM ALLA SARDEGNA, REINER VAN KLEIJ: IL PIONIERE OLANDESE

Reiner van Kleij, ingegnere olandese originario di Rotterdam, appena laureato arrivò a Cagliari nel 1993. Qui conosce l'imprenditore-editore de «L'Unione Sarda» Nicola Grauso, il quale gli propone un contratto di system manager al giornale. Comincia così a lavorare come esperto dei sistemi editoriali del quotidiano che negli ultimi anni si è posto in prima linea nel rinnovamento tecnologico, portando in redazione i più moderni computer e softwares per realizzare il giornale. Dall'incontro tra van Kleij e Zanmarini, tecnico informatico del CRS4, nasceva l'idea che ha poi dato vita alla sperimentazione di internet a Cagliari, all'inserimento del quotidiano sul web e alla creazione di Video On Line.

Quasi vent'anni dopo ripercorriamo le tappe di quella esaltante esperienza dalla viva voce dell'ingegnere olandese che, pur lasciando il gruppo editoriale per dedicarsi ad altre esperienze professionali, è rimasto sempre in Sardegna.

Ingegnere, come e quando è arrivato a Cagliari?⁷⁸

Sono arrivato a Cagliari nel febbraio 1993, venivo dal mondo della ricerca dove utilizzavo già la posta elettronica e l'FTP (File Transfer Protocol). All'epoca ero finanziato con una cagliaritano, pensavo che non avrei mai lavorato qui, ma poi ho conosciuto l'editore Nicola Grauso attraverso amici comuni e a lui serviva un esperto di computer a «L'Unione Sarda».

Lei si è laureato ad Amsterdam?

No, mi sono laureato in ingegneria informatica a Delft e poi nel '93 ho ottenuto il dottorato in computer grafica tridimensionale.

⁷⁸ Intervista realizzata in data 03 giugno 2010.

Siamo agli inizi di internet?

No, in Europa l'inizio di internet risale agli anni settanta, mentre nel mondo universitario internet veniva già usato da una decina d'anni.

Ma in Italia non se ne parlò fino alla nascita di Video On Line?

Anche in Italia esisteva da oltre trent'anni, ma non era molto diffuso, era usato solo come uno strumento militare ed universitario.

Arrivato a Cagliari inizia a lavorare a «L'Unione Sarda» dove era in corso un rinnovamento tecnologico, giusto?

Non posso parlare esattamente di rinnovamento tecnologico perché c'era già stato il passaggio dal caldo al freddo⁷⁹, però il giornale aveva acquisito nuovi sistemi integrati, ancora più moderni.

Come nasce l'idea di utilizzare internet all'interno de «L'Unione Sarda»? Qual'era l'idea e come suscitò l'interesse di Grauso?

Nasce quando ho cercato di avere internet a Cagliari. L'unico modo per averlo era attraverso il CRS4. Volevo una casella e-mail per poter comunicare con ex colleghi e amici della ricerca, per poter mantenere i contatti. Al CRS4 incontro il fisico Pietro Zanarini che a sua volta lavorava al CERN e conosceva il WWW (World Wide Web) la cui invenzione risale proprio al '93. Questo era un nuovo protocollo che permetteva di pubblicare testi ipertestuali. Mi ricordo che ad un certo punto, nell'ottobre del '93 c'era stato l'annuncio che «The Washington Post» sarebbe andato online. Non fu il primo nel mondo perché il primato storico del WWW spetta al quotidiano californiano «San Jose Mercury News».

In quel periodo che ruolo ricopriva a «L'Unione Sarda»?

Ero il system manager. Poi a novembre del '93 arrivò uno stagista al CRS4, Francesco Ruggiero, che iniziò a lavorare ad un'ipotesi su come mettere questo giornale online. Un vantaggio de «L'Unione Sarda» era che tutto era molto

⁷⁹ Finisce la vecchia tipografia "a caldo" (col piombo) e sorge la tipografia "a freddo" (col tavolo luminoso).

strutturato ed era quasi fatto per essere messo online, perché l'articolo aveva i nomi strutturati, i titoli, le foto, l'occhiello ecc. Era molto facile quindi raccogliere i pezzi della pagina e trasformarli in linguaggio HTML (Hypertext Markup Language). Io scrissi la parte che raccoglie gli articoli a «L'Unione Sarda», facevo un pacchetto, un file zip unico che veniva spedito al CRS4, lì veniva “spacchettato” e con un'elaborazione veniva convertito in html e messo in rete. Il sistema venne messo in produzione a marzo del '94 a titolo sperimentale.

Nel frattempo com'è il contatto con Grauso?

Prima di fare questa sperimentazione, a marzo, siamo andati al CRS4 per assistere ad una “demo” per verificare un tipo di ipotesi di giornale online. Sono andato con Grauso, l'allora amministratore delegato Paolo Campana, con il direttore editoriale ed esperto di tecnologie Alberto Rodriguez e con l'ingegner Giuseppe Andretta, responsabile dell'apparato tecnico e del centro stampa.

Qui si è accesa la lampadina nella testa di Grauso?

Sì, il progetto ormai era nato. Quando il giornale era pronto andavo 1-2 ore a programmare, così nessuno mi interrompeva.

All'epoca i non esperti non capivano cosa fosse internet. All'interno della dirigenza del giornale ci furono quei 2-3 mesi di dibattito (dopo le prime sperimentazioni) durante i quali si cercava di capire il potenziale di internet, quanti computer ci fossero in Sardegna, quanti in Italia e quanti modem che permettevano il collegamento alla rete.

Sì, ma questo era impossibile saperlo. C'erano pochi modem, si parla di decine di migliaia, perché erano ancora cari, le linee erano lente ed il telefono costava.

Comunque Grauso le permette di procedere, giusto?

Sì, visto che per lavorare con internet bisognava avere internet in casa, mi ricordo che a maggio-giugno abbiamo comprato una linea 64 kbps con Unisource, che vendeva internet all'ingrosso. Loro avevano un grande bocchettone a Milano, il

CDN (Circuito Diretto Numerico) abbastanza stabile. Iniziammo a fare un pò di “scouting” di personale che poteva essere utile per dare un servizio.

Avevate un’idea di come si faceva, di quale fosse il progetto?

Abbiamo trasferito lo script del CRS4 in un computer a «L’Unione Sarda». Bastava che il proto schiacciasse una combinazione di tasti e partiva questo script che raccoglieva tutti gli articoli, i titoli e le foto dell’intero giornale. Questi finivano poi in un file zip che all’inizio veniva trasmesso al CRS4, mentre poi si fece direttamente a «L’Unione Sarda», qui veniva “spacchettato” e gli articoli venivano convertiti in html.

Il proto (il capo della tipografia) faceva questo lavoro a mezzanotte-l’una?

Si, quando il giornale era finito. Entrava in rete verso le sei-sette del mattino, non troppo presto per non fare concorrenza al giornale cartaceo.

Chi faceva questa operazione?

Era automatica. L’unica operazione manuale era quella svolta dal proto.

Come si faceva per vederlo? Era gratis o a pagamento?

Si andava sul sito de «L’Unione Sarda»⁸⁰ ed era sempre gratis.

Ricorda qualche fatto particolare di quel periodo?

Mi ricordo che al Polo sud avevano solo mezzora di internet al giorno, quindi per leggere il giornale avevano bisogno di una versione zippata che si potesse scaricare in quel periodo di tempo: facevano il download del file su un server locale e successivamente leggevano il giornale.

Arrivavano lettere da tutto il mondo e questo aveva fatto entusiasmare Grauso.

⁸⁰ www.unionesarda.it

E'vero?

Si perché lui diceva: “come, io non ho fatto nessuna azione di pubblicità e in tutto il mondo conoscono questo giornale, ma com'è questa storia?” e da lì ha capito la forza che poteva avere internet.

Nel giro di un'estate nasce il giornale online?

Verso luglio iniziano le pubblicazioni regolari in rete.

In meno di 6-7 mesi nasce Video On Line.

No, è da qui che nasce Video On Line: era un progetto nel quale il giornale aveva un ruolo marginale, non era più il giornale online ma un portale generalista che dava dei servizi come la posta elettronica via web ecc.

Grauso capisce che il giornale poteva essere solo una componente del progetto ed elabora Video On Line nel quale veniva inserito tutto.

Sì, Grauso decide di creare un vero portale in cui il giornale avrebbe rappresentato solo una parte. Non c'è dubbio che «L'Unione Sarda» sia stato il catalizzatore in tutto il processo per arrivare al portale. Ovviamente c'era il problema “siamo in Italia, facciamo un portale per tutto il mondo”. Si è pensato quindi di realizzarlo in più lingue, per risolvere dei problemi che nessuno affrontava. All'epoca c'era AOL (America online), Prodigy ecc., fornitori di internet americani che avevano tutto in inglese e non si erano mai preoccupati di dare un servizio nelle lingue locali europee, asiatiche o ad esempio in arabo.

A parte la lingua, il problema maggiore fu quello del linguaggio di internet.

Quali furono i passaggi?

All'inizio c'era il titolo seguito dal testo e raramente qualche foto in formato ridotto. Non esistevano ancora le pagine, c'erano delle sezioni (prima pagina, cronaca, esteri, sport ecc.) e dentro c'erano gli articoli.

I link erano già presenti?

Sì, erano già presenti in alcune parole. C'era anche la possibilità di realizzare un giornale personalizzato. Ad esempio io potevo mettere "via Roma" e mi arrivavano tutti gli articoli che parlavano di questa via.

A chi venne l'idea del logo?

Lo fecero i pubblicitari ed i grafici della "Professionisti associati".

Il software esisteva già?

Una parte era stata scritta dal CRS4 ed una parte l'ho scritta io qui.

Quando lei lavorava a «L'Unione Sarda» studiò un modo per inserire la pagina del giornale direttamente online?

No, questo fu un passo successivo perché con Video On Line l'attenzione sul giornale si perse.

Quando nasce il giornale online propriamente detto?

Successivamente, verso il 1999-2000, quindi io non l'ho seguito. Quello che facevamo noi era prendere gli articoli che dovevano essere pubblicati nella versione cartacea e metterli online, ma sono usciti anche articoli che non erano presenti nel quotidiano perché li lasciavano sul sistema editoriale ma non li facevano entrare nella pagina.

Qual é la differenza fra il giornale cartaceo riprodotto in rete e il giornale online?

Secondo me online vuol dire che é in rete, quindi come é stato fatto il giornale é irrilevante. Ci sono giornali in rete che hanno una redazione a parte che lavora specificatamente per il web, anche perché qui la scrittura é diversa da quella del giornale cartaceo, ad esempio normalmente gli articoli sono piú brevi. Prima il contenuto degli articoli online era identico a quello che si trovava nella versione cartacea, non c'era una redazione web con la differenziazione che c'è oggi.

Il linguaggio é rimasto lo stesso ma é evoluta la tecnica?

Si, in particolare la multimedialità: video, fotografie, musica, animazioni ...

Secondo lei, in conclusione, é fallito il progetto di Grauso, oppure no? Forse é stato un sogno troppo grande per il momento pionieristico ed i risultati si sono visti soltanto dopo, quando l'imprenditore sardo aveva già passato la mano? Cosa ne pensa?

Sicuramente Video On Line era un progetto molto innovativo, all'avanguardia della rete e chi sta all'avanguardia deve avere ampie vedute. Il gruppo editoriale «L'Unione Sarda» non era un gruppo grosso e nazionale come poteva essere RCS, Telecom ecc.

Giusto per sottolineare un particolare: Video On Line é stato venduto a maggio-giugno '96 e Tiscali penso sia stata quotata nell'ottobre '98, arrivando ad essere grande come la Fiat in termini di capitalizzazione. Quindi, con un respiro di un anno e mezzo in piú Video On Line avrebbe potuto quotarsi in borsa e diventare una realtà tipo Tiscali, che per dirla tutta é la copia esatta di Video On Line. La differenza é che Tiscali riuscì a sfruttare il boom della New economy, del nuovo mercato.

Quindi il progetto non é fallito?

No, il problema fu che per Video On Line non si ebbero ampie vedute.

Le previsioni di allora si sono avverate?

Si, sono anche state superate. Ad esempio io ora a casa ho una connessione di 20 mbps e solo 15 anni fa questo era impensabile. All'epoca al massimo usando la telefonia pubblica potevi arrivare a 128 kbps, quindi possiamo dire che era circa 160 volte piú lento.

Grauso aveva previsto la morte della carta stampata: questa previsione però non si é avverata.

Ora la previsione é stata spostata intorno al 2050.

Cosa ne pensa dell'uscita dell'ipad e come evolverà la situazione del mondo di internet?

Ovviamente l'organizzazione e la redazione dei contenuti sarà sempre un lavoro che verrà fatto dai giornalisti. Ma ad esempio ora in America ci sono delle società che generano contenuti ad un costo molto basso e quindi anche gli stipendi dei giornalisti saranno molto più bassi rispetto a quelli attuali. Soprattutto cambierà il modo di pensare un giornale e di lavorare in una redazione.

CONCLUSIONI

Video On Line approdò nel mondo dell'informatica nel momento in cui crollavano le barriere tra testi, immagini in movimento e suoni.

Son passati ormai sedici anni dall'esordio in rete de «L'Unione Sarda», e del giornalismo italiano di conseguenza, e nel frattempo internet ha rivoluzionato non solo il modo di fare informazione ma la vita stessa di milioni di persone in tutto il mondo.

Ricordando le stesse parole di Grauso «é come se fossimo partiti per un viaggio nella foresta amazzonica, non sappiamo cosa troveremo né, in dettaglio, come potremo procedere, la nostra é un'avventura in un mondo che é ancora tutto da scoprire»⁸¹, oggi possiamo dire che questa avventura stupisce per visione prospettica e spirito imprenditoriale. Infatti, dopo che il quotidiano sardo aprì la strada, venne seguito da tutti gli altri.

Perché il progetto nacque in Sardegna? Perché qui si son trovate insieme un gruppo di persone che ha avuto l'idea ed ha deciso di portarla avanti, in particolare nacque a Cagliari per l'intuizione di un informatico ed il fiuto di un imprenditore.

«Certo, la Sardegna - bella, profumata, calda, a misura d'uomo - può essere il luogo ideale di questa moderna agorà, la piazza dove gli antichi greci costruivano la cultura occidentale. Questa nuova frontiera dell'informazione apre spazi incredibili. Chiunque possieda un computer può navigare, come un Marco Polo del futuro, in questo grande universo della telematica per andare a scoprire mondi sconosciuti. E' una scommessa aperta, un'avventura alla quale tutti sono invitati a partecipare».⁸²

Per sviluppare tale progetto erano indispensabili due cose: un patrimonio immateriale di intelligenze e la velocità imprenditoriale che consentiva di aggiornare continuamente i progetti. Il fattore tempo era determinante con tecnologie così avanzate. A Video On Line lavoravano decine di esperti

⁸¹ A. Pani, *Accessibile sui computer il giornale del futuro*, in «L'Unione Sarda», 4 dicembre del 1994.

⁸² *Il mondo va in linea al computer*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio del 1995.

d'informatica (l'età media era meno di trent'anni) per far sì che l'utilizzo del computer e di internet per gli utenti risultasse facilissimo, e chiunque potesse navigare nel cyberspazio.

Nei primi anni le maggiori testate si limitavano ad offrire sulla rete una scarsa selezione degli articoli del giornale cartaceo. Questo era dovuto anche al fatto che non si erano ancora capite le reali potenzialità di internet, le connessioni erano lente, le tecnologie ancora arretrate e i finanziamenti praticamente inesistenti.

In questo contesto e nei primi anni dal debutto sul web, la Sardegna può quindi essere presa come simbolo del giornalismo italiano online.

Video On Line era un portale generalista, dalla home page si accedeva ad un motore di ricerca, forum, chat, siti di musei, agenzie viaggio, posta elettronica ecc. La visione di Grauso prevedeva una versione multilinguista e multinazionale e non a caso il sito era tradotto in 26 lingue: primato che non verrà quasi mai raggiunto in seguito. Bastava un semplice clic del mouse per decidere quale lingua utilizzare e poter visualizzare prodotti e servizi. Questi erano molteplici: ad esempio veniva offerta una vera e propria "edicola interattiva" con una lunga lista di quotidiani italiani e stranieri fra i quali l'utente poteva solo scegliere. Appariva quindi sullo schermo il giornale pagina per pagina come quello cartaceo ma accompagnato dalla possibilità di integrazione con altri testi, immagini, audio, video ecc.

La svolta arrivò con Repubblica.it, che realizzò un sito innovativo creato da una redazione apposita, a cui seguirono tutti gli altri. In particolare con la New economy del 1998 internet divenne parte integrante della vita di tutti i giorni. In un solo biennio nacquero la maggior parte dei portali esistenti oggi, vennero investiti miliardi di lire ed il giornalismo italiano venne trasformato completamente.⁸³ Divenne più intensa la collaborazione fra le testate, si comprese meglio la potenzialità della rete e migliorò la qualità dell'offerta.

Con la crisi del 2000 chiusero i battenti molti siti, in particolare quelli nati esclusivamente per la rete. Sopravvissero le versioni online dei quotidiani che si basavano su forti testate di riferimento. Cambiò anche l'offerta ed il modello di

⁸³ A. Bettini, *Giornali.it/2.0. La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani*, ed.it, Catania, 2009.

business: si passò dalla completa gratuità per l'utente finale, ad una formula basata su alcuni contenuti gratuiti ed altri a pagamento.

Un ulteriore cambiamento si ebbe nel biennio 2002–2003, quando i siti web vennero rinnovati con la decisione di affiancare ai contenuti di cronaca locale quelli di interesse internazionale. Pian piano tornarono gli investitori, aumentò la velocità di connessione e le tecnologie vennero rinnovate.

Oggi siamo arrivati ad un punto in cui l'ampliamento del numero dei visitatori e l'arrivo dei primi utili hanno portato internet ad essere un elemento centrale. Essere presenti in rete diventa fondamentale e permette in qualche modo di alleviare le difficoltà connesse alla crisi della carta stampata.

Tralasciando lo stile utilizzato nella scrittura possiamo dire che ci son degli elementi che hanno cambiato sostanzialmente la professione giornalistica ed il tipo di offerta.

I lettori in particolare, grazie all'interattività, hanno acquisito un ruolo fondamentale: possono commentare articoli, mandare e-mail, pubblicare contenuti, rispondere a sondaggi, forum e blog, possono quindi esprimere le proprie opinioni e far sentire la propria voce. I vantaggi son per entrambe le parti: i giornalisti possono instaurare un contatto diretto col pubblico, ed avere la possibilità di capire cosa esso voglia, il pubblico invece acquista un ruolo attivo e non é piú solo "spettatore". Anche il quotidiano ha dei vantaggi in quanto grazie all'interattività, ha un pubblico fedele che lo segue ed un'ampia quantità di contenuti che contribuiscono a rendere piú interessante il sito.

Altro elemento fondamentale é quello della multimedialità. A differenza della carta stampata, infatti, sulla rete possiamo trovare contenuti di qualsiasi tipo: testi, audio, video, ecc, ossia anche contenuti che prima erano tipici di altri mezzi come radio e televisione. Dopo le difficoltà iniziali, oggi questo elemento risulta imprescindibile.

Anche spazio e tempo hanno ormai una nuova connotazione: nell'edizione cartacea del quotidiano lo spazio a disposizione dei giornalisti é limitato e la vita di un articolo é spesso pari a 24 ore. Nella rete invece non ci son limiti di spazio, anche se questo dipende sempre dalle caratteristiche della notizia. Persino "la longevità" può essere maggiore, infatti, testi già pubblicati possono essere

consultati dal lettore in qualsiasi momento, ed integrati ad altri contenuti attraverso appositi link. Gli articoli possono essere aggiornati di continuo. Il problema riguarda le notizie in esclusiva: é meglio pubblicarle subito sul sito, o aspettare il giornale cartaceo per non “bruciarlo”? Questo dipende dalla strategia adottata dai vari quotidiani, di solito viene solo anticipata, ma molte volte pubblicata direttamente.

Ultimo elemento, ma per questo non di minor importanza, é la competitività. Oggi i giornali son costretti a confrontarsi non solo con i concorrenti locali, ma anche con *competitors* di tutto il mondo (giornali, radio, tv ed altre imprese estranee al mondo dell’informazione). Le soluzioni adottate son state di diverso tipo: alcuni hanno puntato a versioni dei propri siti in lingua straniera, mentre altri si sono dedicati ad argomenti di interesse locale.

Si sta sviluppando comunque un giornalismo sempre piú personale grazie alla disponibilità per tutti degli strumenti utilizzati dai professionisti come le notizie delle agenzie e gli archivi dei giornali. Troviamo sempre piú frequentemente anche giornalisti che aprono pagine web personali o blog.

Mentre prima i giornalisti che lavoravano nelle redazioni online godevano di una considerazione inferiore rispetto ai giornalisti della carta stampata, oggi si é ormai raggiunta la “parità dei ruoli”, il numero dei lettori é molto vicino a quello dei giornali cartacei e quello che viene scritto ha lo stesso valore. Basta, infatti, considerare quello che avviene dopo un fatto importante. Subito dopo l’accaduto internet, radio e tv sono in grado di segnalare la notizia ma la rete é l’unico posto in cui pochi minuti dopo si possono consultare materiali e approfondimenti o discutere l’accaduto, mentre si dovrà aspettare il giorno successivo per leggere la notizia sui quotidiani, il cui ruolo molte volte é quello di spiegare ciò che é accaduto.

Ovviamente ci sono anche svantaggi: ad esempio (soprattutto nei giornali italiani) é presente una grande quantità di articoli di gossip, temi leggeri e argomenti che sui media tradizionali non avrebbero lo stesso spazio. Questo perché su internet vengono monitorati i clic dei visitatori.

All'estero molti siti evitano di pubblicare questo tipo di contenuti e vengono premiati dal pubblico, mentre in Italia la pubblicazione può portare a conseguenze negative perché vengono associati ad una bassa qualità dell'offerta informativa.

Un altro problema è l'aumento dei rischi nella diffusione di notizie non verificate (spinti dal fattore tempestività) tratte da siti stranieri per battere la concorrenza. In questo modo si possono pubblicare notizie vere o "bufale", la consolazione parziale è che internet permette di correggere gli articoli in poco tempo e limitare i danni.

Altro aspetto è quello che riguarda il personale: la maggior parte delle redazioni è composta da personale poco qualificato che si limita a utilizzare contenuti presi da agenzie e comunicati stampa. La situazione comunque è dovuta anche ai *budget* ristretti a disposizione. Si prospetta però un miglioramento perché molte testate stanno puntando all'integrazione fra le redazioni, con un conseguente aumento del numero del personale e maggiori garanzie sulla professionalità.

Il panorama dell'informazione online è in continua trasformazione ed evoluzione e non è possibile non attribuirle un ruolo centrale nel giornalismo del futuro.

Non c'è più un'élite a dominare nel mondo delle comunicazioni di massa e uno dei vantaggi maggiori della telematica è sicuramente quello della democrazia: non serve essere ricchi per fare informazione, basta un computer ed una connessione ad internet (oggi anche un telefono o iPad) per produrre e ricevere informazioni. Non esistono più centro e periferia: chiunque, da qualunque parte del mondo, può comunicare, lavorare e raccontare avvenimenti in tempo reale. Mentre lettori di giornali e telespettatori sono visti come utenti passivi di informazioni, perché non possono contribuire a creare la notizia né verificarla, internet trasforma ogni utente in un produttore di informazioni in modo da esprimere idee, emozioni, pensieri e replicare ai post di giornalisti e studiosi.

C'era chi diceva che col telefono non ci sarebbe stata più l'arte della corrispondenza: questo non è vero, ora vengono scritte più lettere che mai, solo che cambia il mezzo, vengono mandate via posta elettronica.

Per citare Greg Roselli⁸⁴, egli vedeva nella rete la rivincita dei piú deboli, dove non ci sono distinzioni di credo, razza o sesso, ma ciò che conta é l'abilità nel comunicare. Un'informazione senza confini né pregiudizi ideologici.⁸⁵

A partire dall'ultimo quindicennio del secolo possiamo dire di essere al centro di una rivoluzione tecnologica di dimensioni apocalittiche. L'informazione può viaggiare a grandissime velocità attraverso i fili del telefono, da computer a computer, attraverso i satelliti o le fibre ottiche.

Internet non é solo un mare di informazioni di tipo ipermediale, rappresenta soprattutto la possibilità di comunicare e la collaborazione tra gli esseri umani di tutto il mondo dove non esistono piú le barriere convenzionali (età, distanza, razza ecc.).

Oggi, rispetto a qualche anno fa, il futuro dei giornali cartacei sembra nuovamente a rischio. Il numero delle copie vendute é in costante calo e le previsioni negative son sempre maggiori, anche se immaginare un futuro senza quotidiani appare difficile. La portabilità, la leggibilità e la praticità dei vecchi quotidiani non sono ancora avvicinabili dalle piattaforme adatte a visualizzare le pagine web. Per non parlare delle abitudini radicate di molti lettori, che non cambieranno così facilmente.

Una nuova sfida però aspetta i lettori, anche i piú "nostalgici": l'uscita dell'iPad. Il nuovo lettore digitale lanciato da Steven Jobs nel 2010, prima in America e poi in Europa, permette di leggere libri, riviste, giornali ecc. Diversi quotidiani hanno da subito annunciato lo sbarco sull'iPad con una versione apposita (compresa «L'Unione Sarda»), in modo tale che possa essere sfogliata la versione digitalizzata e poi interagire. Pochi sanno però che dietro questi "sbarchi" c'è una software house californiana specializzata nella conversione di giornali e riviste dal cartaceo in digitale, diretta dal cagliaritano Mario Mariani, amministratore delegato di Tiscali Italia Spa fino al 2008 e fondatore lo scorso anno, insieme a Gionata Mettifogo di "Paperlit"⁸⁶, autore di diversi software di successo.

La differenza fondamentale fra i media stranieri ed italiani nell'impiego del nuovo lettore é che mentre quelli esteri, ad esempio «The Guardian», «The New York

⁸⁴ Manager, proprietario della Big Company.

⁸⁵ D. Pinna, *É la rivoluzione digitale*, in «L'Unione Sarda», 16 marzo del 1995.

⁸⁶ Azienda californiana fondata e sviluppata da italiani.

Times», «The BBC news», sfruttano le potenzialità del dispositivo offrendo contenuti diversificati dalla versione originale, i media italiani offrono applicazioni che sono copie esatte del giornale cartaceo. La differenza può essere dovuta al fatto che il lettore medio italiano fatica ad uscire dallo schema storico della pagina della carta stampata, a cui è da sempre abituato.

Ora come ora non possiamo dire se la carta stampata sopravviverà anche a questa nuova sfida, ma possiamo affermare che finora nessuna nuova invenzione ha veramente rimpiazzato quelle precedenti.

APPENDICE: INTERVISTE

NICOLA GRAUSO

(Editore ed inventore di Video On Line)⁸⁷

Come é nata la decisione di investire in un settore così complesso come la telematica?

«Un giorno chiacchierando con un premio nobel, Rubbia, ho appreso un dato che non conoscevo: ogni diciotto mesi il computer raddoppia la sua potenza e il suo prezzo dimezza. Vuol dire che via via avremo computer sempre piú raffinati e potenti a prezzi sempre piú accessibili. Oggi con poco piú un milione si può comprare uno strumento interattivo, decisamente piú sofisticato dei migliori computer di cinque anni fa. Anche le dimensioni sono ridottissime: alcuni portatili sono grandi quanto un libro. Questo, mi son detto é lo strumento di comunicazione di massa del futuro».

In che senso?

«Ritengo che i normali mezzi di comunicazione siano ormai vecchi, superati. Il futuro é proprio nella telematica. Cioé nella possibilità di fare, grazie al proprio computer, operazioni incredibili: lavorare, studiare, ascoltare musica, vedere un film, leggere un giornale, comprare un cd o un libro, acquistare un vestito, comunicare con un amico, muovere un rilievo a un filosofo a un editorialista e ottenere la risposta in tempo reale».

E' un'ipotesi affascinante ma anche estremamente sconvolgente

«Entrambe le cose. Se usata bene, la telematica può diventare il mezzo di comunicazione piú democratico del mondo. Perché chi legge un giornale, chi ascolta la tv é costretto a subire una mediazione: non sempre corretta e che solo in minima parte sceglie. Con la telematica, invece, l'uomo può costruire la sua informazione, può navigare da un mezzo a un altro, può scegliere ciò che deve fare e diventa non piú solo utente passivo ma parte attiva».

⁸⁷ A. Liori, *Scommessa sul futuro per costruire una nuova democrazia*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio del 1995.

In che modo ?

«Un esempio: se un giornalista scrive un articolo che non va bene o é impreciso, con la telematica qualsiasi lettore può dirglielo e avere una risposta nel giro di pochi secondi che, magari, potrà portare alla modifica dell'articolo stesso».

Verranno messe in crisi televisioni e giornali? Si corre il rischio di gravi contraccolpi a tutto il settore.

«Forse sì e forse no. Sul futuro non si può dire niente eccetto che questo diventerà il piú importante mezzo di comunicazione di massa. Non posso dire se noi e la Sardegna saremo protagonisti principali, anche se ho la sensazione che siamo già molto avanti».

Dove é già attiva la rete Video On Line?

«In tutta Europa e nei paesi dell'est. Sono in via di collegamento ora Russia, nord Africa, Medio Oriente e paesi Arabi. Insomma, tutto il mondo antico».

FRANCO NONNIS

(Responsabile Commerciale Sardegna per Video On Line)⁸⁸

Video On Line é un'azienda che si propone di operare senza confini sul mercato mondiale, come mai nasce a Cagliari?

«Nasce a Cagliari perché finalmente la tecnologia offre la possibilità anche ad aziende sistemate logisticamente in posti isolati come può essere la Sardegna di rivolgersi al mondo perché la possibilità di queste nuove linee a fibre ottiche o comunque collegamenti via satellite consentono di essere visibili al mondo in tempi molto brevi e a costi molto bassi. Nasce a Cagliari anche perché finalmente un servizio di questo tipo viene affrontato con una chiave di lettura diversa da quella che usualmente si é sempre utilizzata che era quella tecnologica, fondamentalmente il mondo on line é sempre stato un sistema rivolto ad informatici o comunque a professionisti dell'informatica. Questo nuovo sistema ideato dal dottor Grauso si rivolge invece ad un target assolutamente differenziato che spazia dalla famiglia all'azienda al professionista, questo grazie al fatto che l'approccio che viene dato a questo sistema é incentrato sulla capacità di comunicare a bassissimi costi».

Si é parlato di un investimento di trenta milioni di dollari. Lei si occupa degli sviluppi commerciali di questa azienda: come e quando potranno rientrare?

«Questa é una domanda che ci fanno in tanti. La risposta che diamo é questa: non ci sarebbero ipotesi di rientro a breve se noi non avessimo pensato che a questo mondo si possono rivolgere un grandissimo numero di utenti. Sarà possibile che si rivolgano a noi un grandissimo numero di utenti se saremo in grado di dare un taglio assolutamente di facile consultazione e lettura a chiunque, se daremo la possibilità alla famiglia di poter usare con semplicità questo sistema sicuramente potremo raggiungere l'obiettivo. Se noi ci rivolgessimo, così come é stato fatto sino ad oggi, solo ad un target mirato di aziende e professionisti manterremo i numeri molto bassi e questo renderebbe difficile un rientro per un investimento di questo tipo».

⁸⁸ I. Botticini, *Sardegna Virtual* n. 3, in «<http://www.edizionisole.it/isv/vol/ita.vol.html>», estate 1995.

Qual é la strada che state percorrendo per facilitare l'approccio di una famiglia media con questo strumento che é un po' temuto e un po' anche sconosciuto?

«Innanzitutto la possibilità di potersi collegare con l'utilizzo di un modem, e questa é una cosa abbastanza semplice, basta acquistare un modem e collegarlo alla linea telefonica. L'altro aspetto fondamentale per cui una famiglia trovi utile ed economico collegarsi a Video On Line e di conseguenza a Internet é il fatto che possa collegarsi con un sito a cui é interessato con tempi e velocità molto elevate, questo grazie alla velocità di Video On Line che é enormemente superiore a quelle delle altre linee di accesso on line italiane.

Sotto l'aspetto economico si teme che le aziende editoriali tradizionali abbiano un tracollo, mi riferisco alle società editoriali della carta stampata in quanto la reperibilità di ogni genere di informazione sui computer renderebbe di fatto inutile la stampa su carta...

Escluderei questo timore anche perché secondo noi l'editoria tradizionale potrebbe avere da questo tipo di sistema esclusivamente dei vantaggi dettati dal fatto che finalmente l'editoria ha la possibilità di veicolare i suoi messaggi, anche promozionali, con un sistema ad altissima lettura e quindi con la possibilità di avere un numero di potenziali clienti molto vasto tanto più che poi l'editoria tradizionale non metterà mai in linea il proprio patrimonio di conoscenze.

Per intenderci un editore che stampa dei libri non metterà mai dei libri on line ma metterà delle informazioni riguardanti i propri libri, questo gli darà la possibilità di allargare il proprio mercato senza svendere il prodotto».

A che punto siamo con lo sviluppo commerciale di Video On Line? Avete cominciato a fare contratti e ad avere una risposta economica dal mercato isolano europeo e mondiale?

«Sì, la risposta é stata addirittura violenta. La frase che noi usiamo al nostro interno é che dobbiamo tenere lontani i clienti con il forcone, un po' come se fossimo in un girone dantesco. Questo si é tradotto, nel momento in cui abbiamo aperto la possibilità di fare abbonamenti a Video On Line, in 1.200 richieste di abbonamenti nei primi 4 giorni».

Il mercato telematico propone già diversi Service Provider che forniscono servizi oltretché la connessione ad Internet. Quali sono le differenze e i vantaggi che un utente trova abbonandosi a Video On Line?

«La risposta é semplice. Senza nulla togliere alle aziende concorrenti che hanno fatto sino a questo momento un lavoro di grande qualità, noi possiamo aggiungere a quello che é già stato fatto in precedenza la possibilità di connessione da piú città in Italia. Questo significa non dover fare un prefisso telefonico, in considerazione del fatto che la tariffa telefonica della teleselezione in Italia é piuttosto elevata ciò agevolerà Video On Line rispetto ad altri. Altro motivo é l'elevata velocità con cui attraverso Video On Line si può arrivare all'informazione che si chiede».

Video On Line, come abbiamo detto, nasce in Sardegna. Cosa porterà alla Sardegna oltre a quello che ha già portato, cioè decine di posti di lavoro?

«Sicuramente una possibilità per la Sardegna che era insperabile: pensate che alcune carte geografiche che esistono negli Stati Uniti non prevedono neanche la Sardegna. Certamente costituirà una vetrina importante per la Sardegna e la possibilità di farsi conoscere nel mondo».

ELENA SCHIAFFINO

(Capo Ufficio stampa di Video On Line)⁸⁹

Come nasce Video On Line?

«Nasce nell'estate del 1994 grazie ad un gruppo di ricercatori del CRS4 coordinati dall'ingegnere olandese Reinier Van Kleij, che sono riusciti a mettere su Internet una versione ipertestuale "L'Unione Sarda", il quotidiano di Nicola Grauso, questa é stata una delle prime forme di publishing elettronico realmente completa e funzionale. Quando Nicola Grauso, proprietario "L'Unione Sarda" ha visto la possibilità di trasformare il suo quotidiano da supporto cartaceo in supporto telematico ha subito capito quale sarebbe stata l'importanza di questa rivoluzione causata da Internet. Internet con un semplice tocco del mouse mette in contatto milioni di computer sparsi in tutto il mondo, quindi mette in comunicazione paesi che prima era impensabile potessero comunicare fra loro. Internet é sviluppata nella fascia dei ragazzi che sono giovani che riescono ad avere un approccio col computer molto facilitato. L'esperimento Video On Line é nato in Sardegna quindi su un'isola proprio per dimostrare che nel mondo di Internet non é importante l'ubicazione e la dislocazione fisica».

Che rapporto avete attivato con gli altri media, in particolare con i quotidiani e i periodici?

«L'Unione Sarda é attualmente il giornale ipertestuale meglio fatto in Italia, anche perché appena viene chiuso in redazione é subito disponibile su Internet con una serie di parole che legano quella parola ad altre banche dati e ciò permette praticamente una ricerca d'informazione infinita che consente di avere una sorta di enciclopedia vastissima. L'Unione Sarda é già in versione On Line e questo potrà accadere a tutti i quotidiani, oggi ci sono già altri quotidiani che stanno facendo questo. L'editore Nicola Grauso parla già di "contemporaneo" non piú di "quotidiano": questo perché ogni volta che ci sarà una notizia sarà pubblicata immediatamente su Internet. Ci sarà quindi per tutti noi la possibilità di creare il proprio giornale personalizzato e contemporaneo».

⁸⁹ I. Botticini, *Sardegna Virtual n. 3*, in <<http://www.edizionisole.it/isv/vol/ita.vol.html>>, estate 1995.

Eppure da parte di molte persone, addirittura da alcuni giornalisti, si avanzano delle forti perplessità nei confronti di questo nuovo media globale.

Come si spiega questa diffidenza?

«L'unico ostacolo ad Internet é quello che bisognerà educare le persone ad usare il computer in una forma diversa da quella per cui é stato usato sino ad oggi. Internet in realtà é sempre tramite computer, ma ci sono tutte le immagini i suoni i colori che facilitano la lettura dei giornali. Il giornale che passa da supporto cartaceo a supporto digitale é un giornale diverso e quindi anche le notizie saranno presentate ai lettori in maniera diversa, ma é soltanto una questione di educazione quando si parla di Internet bisogna ricordare che le immagini su video catturano molto di piú se sono immagini veloci e piene di colori con una grafica che deve catturare l'attenzione del lettore. Con il sistema degli hyperlink, cioé di parole che sono collegate ad altre parole, non si sfoglierà piú il giornale pagina dopo pagina, ma ci sarà un modo di sfogliare diverso. Questo é il futuro e a tale proposito Nicholas Negroponte, il direttore del mitico Media Lab a Boston ha recentemente dichiarato che Internet sarà il futuro non solo per quanto riguarda il giornale ma anche per fare shopping, comprare, vendere, parlare, farsi amici. Questo é sicuramente il futuro».

Lei parla del futuro come se fosse già presente. Allora le chiedo a che punto é il progetto esecutivo di Video On Line?

«Il progetto Video On Line é molto avanti quindi già oggi tutti i servizi di cui abbiamo parlato: edicola, meteo, borsa, shopping, chat-line, posta elettronica sono già pronti, quindi possono già essere utilizzati da tutte le persone che scelgono di collegarsi con noi. Voglio precisare che non siamo l'unico "Access Provider" nel mondo, ne esistono molti altri, noi siamo un sistema aperto quindi anche chi usufruisce di un'altra linea ha la possibilità di entrare e di visitarci, sicuramente faremo pagare altri servizi, per esempio l'E-mail, ma la navigazione che noi permettiamo é una navigazione libera e facilitata. Cerchiamo soprattutto di insegnare alle persone che si tratta di un mezzo nuovo di comunicazione e che quindi ha bisogno di un aiuto e di un'interfaccia amichevole».

Come é organizzata la vostra struttura aziendale ?

«Video On Line é nata a Cagliari nell'estate del 1994 e in questi giorni compie un anno, quindi dopo un anno la fase di sperimentazione é praticamente terminata. Questo laboratorio di Cagliari vede la partecipazione di ragazzi che vengono da tutte le parti del mondo dalla Cina, dall'Africa, dall'Inghilterra, dalla Francia e dall'America. Questo laboratorio verrà duplicato a Milano e sicuramente anche nelle altre città sparse nei quattro continenti dove abbiamo messo un nostro server. Tengo a precisare che la connettività che noi abbiamo ad oggi da Cagliari a Washington e da Cagliari a New York é pari circa al triplo dell'attuale connettività tra l'Europa e gli Stati Uniti. Questo significa velocità di connessione e rapidità ed il concetto della rapidità su Internet é veramente molto importante perché le persone si stufano ad aspettare di fronte al video. Quindi il servizio deve necessariamente essere veloce e noi garantiamo questa rapidità».

É in atto una scommessa di lavoro e di sviluppo anche nel terzo mondo?

«Nel terzo mondo abbiamo fondato delle sedi di lavoro a Tunisi a Johannesburg e gli altri paesi dell'Africa , ma soprattutto abbiamo sviluppato un software il browser "Video On Line 1.0" che permette la traduzione dei testi arabi e inglesi, quindi la perfetta compenetrazione delle due lingue il che significa poter permettere a tutti i paesi di lingua araba di poter utilizzare Internet, che parla essenzialmente lingua inglese. Abbiamo voluto spingere all'utilizzo di Internet tutti quei paesi che non sono abituati alla lingua inglese».

Video On Line, cosa porterà e soprattutto che cosa alla Sardegna ?

«Ha portato sicuramente nuovi posti di lavoro, un'internazionalizzazione che prima non era pensabile ed é riuscita a mettere questa isola al centro del mondo, ovvero i 40 milioni di host che sono collegati con Internet nel mondo hanno avuto la possibilità di vedere i prodotti sardi e vedere le bellezze dell'Isola. Nel mondo si parla già della Sardegna come di un'isola ipermediale: credo sia un bell'esempio per tutti».

BIBLIOGRAFIA

Testi generali: il mondo di Internet

Berretti A., Zambardino V., *Internet- avviso ai naviganti*, Donzelli editore, Roma, 2005.

Bettini A., *Giornali.it/2.0. La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani*, ed.it, Catania, 2009.

Calvo M., Ciotti F., Roncaglia G., *Internet 2004. Manuale per l'uso della rete*, Laterza, Bari-Roma, 2003.

Calvo M., Ciotti F., Roncaglia G., Zela M., *Frontiere di rete – Internet 2001: cosa c'è di nuovo*, Laterza, Bari-Roma, 2001.

Id., *Internet 2000. - Manuale per l'uso della rete*, Laterza, Bari-Roma, 1999.

Carelli E., (2004). *Giornali e giornalisti nella rete*, Apogeo, Milano, 2004.

Fabbiani F., *Un mare di notizie: le nuove competenze del giornalismo online*, ETAS, Milano, 2003.

Fiorella L., Mascolo F., Michelone G., *Internet, l'informazione senza frontiere.:* Paoline Editoriale Libri, Milano, 1997.

Marsili M., *La rivoluzione dell'informazione digitale in rete. Come internet sta cambiando il modo di fare giornalismo*, Odoja, Bologna, 2009.

Mertoli C., *Il giornale on-line. L'informazione locale delle webzine*, Bonanno, Roma, 2007.

Morcellini M., Roberti G., *Multigiornalismi. La nuova informazione nell'era di Internet*, Guerini e Associati, Milano, 2001.

Murialdi P., *Storia del giornalismo italiano. Dalle gazette a Internet*, Il Mulino, Bologna, 2006.

Piersanti A., Roidi V., *Giornalisti nella rete: internet dentro e fuori le redazioni giornalistiche*, Ente dello spettacolo, Roma, 1999.

Pulcini E., *Giornalismo su Internet. Cercare, produrre e diffondere informazione on line*, Castelvechi Editoria & Com, Roma, 1997.

Staglianò R., *Giornalismo 2.0. Fare informazione al tempo di Internet*, Carocci, Roma, 2002.

Giornalismo: storia, tecnica e linguaggio

- Agostini A., *Giornalismi. Media e giornalisti in Italia*, Il Mulino, Bologna, 2004.
- Baldi C., Zariello R., *Penne digitali 2.0. Fare informazione online nell'era dei blog e del giornalismo diffuso*, Centro Doc. Giornalistica, Roma, 2008.
- Bergamini O., *La democrazia della stampa*, Laterza, Bari-Roma, 2006.
- Boldrini M., *Il quotidiano. Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico*, Mondadori Università, Bologna, 2006.
- Boldrini M., Prosperi G., *Lezioni di giornalismo. Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico*, Protagon Editori Toscani, Siena, 2000.
- Carlini F., *Lo stile del Web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino, 2006.
- Ferretti G., Guerriero S., *Storia dell'informazione letteraria in Italia 1925-2009. Dalla terza pagina a internet*, Feltrinelli, Milano, 2010.
- Ferri P., *Teoria e tecniche dei nuovi media. Pensare e lavorare nell'epoca della rivoluzione digitale*, Guerini e Associati, Milano, 2002.
- Fidler R., *Mediamorfosi: comprendere i nuovi media*, Guerini e Associati, Milano, 2002.
- Gozzini G., *Storia del giornalismo*, Bruno Mondadori, Milano, 2000.
- Gualdo R., *L'italiano dei giornali*, Carocci, Roma, 2007.
- Id., *Parole di carta e di web. Ecologia della comunicazione*, Einaudi, Torino, 2004.
- Lughi G., *Parole on line. Dall'ipertesto all'editoria multimediale*, Guerini e Associati, Milano, 2001.
- Murialdi P., *Storia del giornalismo italiano. Dalle gazette a Internet*, Il Mulino, Bologna, 2006.
- Papuzzi A., *Professione giornalista. Tecniche e regole di un mestiere*, Donzelli, Roma, 2009.
- Peticca S., *Il giornale on line e la società della conoscenza*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli, 2005.
- Pratellesi M., *New journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale*, Bruno Mondadori, Milano, 2008.

Pulcini E., *Scrivere, linkare, comunicare per il Web*, Castelvecchi Editoria & Com, Roma, 2001.

Scandaletti P., *Storia del giornalismo e della comunicazione*, Ellissi, Napoli, 2008.

Sorrentino C., *Il giornalismo in Italia*, Carocci, Roma, 2003.

Van Dijk J., *Sociologia dei nuovi media*, Il Mulino, Bologna, 2002.

Varni A., *Storia della comunicazione in Italia: dalle Gazzette a Internet*, Il Mulino, Bologna, 2002.

Visciola M., *Usabilità dei siti web*, Apogeo, Milano, 2000.

Wallace P., *La psicologia di Internet*, Raffaello Cortina, Milano, 2000.

SITOGRAFIA⁹⁰

<http://it.wikipedia.org/wiki/CRS4>

http://it.wikipedia.org/wiki/Nicola_Grauso

http://it.wikipedia.org/wiki/Video_On_Line

<http://people.crs4.it/zip/unionesarda>

http://web.tiscali.it/esti_ora/grauso.htm

<http://www.audiweb.it/>

<http://www.edizionisole.it/isv/vol/ita.vol.html>

<http://www.repubblica.it/online/internet/grauso/grauso/grauso.html>

http://www.sabatoseraonline.it/home_ssol.php?site=1&n=articles&category_id=10&article_id=104004&l=it

<http://www.storiaradiotv.it/NICOLA%20GRAUSO%20IL%20FONDATORE%20ODI%20VIDEOLINA.htm>

http://www3.varesenews.it/scienza_tecnologia/articolo.php?id=179356

http://archivistorico.corriere.it/1997/settembre/15/ULTIMA_SFIDA_DEL_TYCON_SARDO_co_0_97091513985.shtml

<http://www.lastampa.it/redazione/default.asp>

da cui sono tratti i seguenti articoli:

Con Video On Line Piu' Internet nel futuro di Telecom, in «La Stampa», 6 febbraio 1996.

Presentato a Milano il <Video On Line> Internet, frontiera della nuova realta' In tempo reale le novita' di Borsa tutte le notizie, l'uscita di libri, in «La Stampa», 3 febbraio 1995.

Savona, in «La Stampa», 12 gennaio 1996.

VIDEO ON-LINE Grauso presenta il progetto, in «La Stampa», 2 febbraio 1995.

⁹⁰ (Ultima consultazione effettuata il 3 ottobre del 2010).

<http://unionesarda.ilsole24ore.com>

da cui sono tratti i seguenti articoli:

A Malta, in «L'Unione Sarda», 23 agosto 1995.

Addio carte ora l'archivio é nel Pc, in «L'Unione Sarda», 7 ottobre 1995.

Al China Institute Video On Line spiega Internet, in «L'Unione Sarda», 12 agosto 1995.

Anche Malta in rete con Video On Line, in «L'Unione Sarda», 2 dicembre 1995.

Aule aperte al cyberspazio, in «L'Unione Sarda», 15 novembre 1995.

Banca Cis investe sul nuovo ed entra in Video On Line, in «L'Unione Sarda», 2 novembre 1995.

Bellavista: 'Io vi spiego Internet', in «L'Unione Sarda», 31 ottobre 1995.

Bonesu S., Convention a Cagliari: in arrivo manager e diplomatici di 26 Stati, in «L'Unione Sarda», 4 novembre 1995.

Careddu A., Negroponte offre una cattedra a Nicki Grauso, in «L'Unione Sarda», 15 ottobre 1995.

Caro presidente, faccia chiarezza sui veri sperperi, in «L'Unione Sarda», in «L'Unione Sarda», 5 novembre 1995.

Com'è bello navigare in Internet, in «L'Unione Sarda», 3 dicembre 1995.

Così parlò Negroponte, in «L'Unione Sarda», 7 novembre 1995.

Da 25 Paesi alla scoperta di Internet, in «L'Unione Sarda», 6 novembre 1995.

Dalla carta digitale all'«agente intelligente», in «L'Unione Sarda», 19 ottobre 1995.

Esu M., E nel cyberspazio arrivano i 'pirati', in «L'Unione Sarda», 28 settembre 1995.

Facciamo i conti festeggia 250 puntate parlando di Internet, in «L'Unione Sarda», 4 maggio 1995.

Figari C., Come navigare nel mare delle reti 'on line', in «L'Unione Sarda», 4 dicembre 1994.

Id., La porta d'oro dell'Europa Nasce a Cagliari un'autostrada per Washington, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio 1995.

Id., *Video On Line, l'autostrada di informazione*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio 1995.

Grauso N., *Oggi su Internet sbarca 'Windows '95'*, in «L'Unione Sarda», 24 agosto 1995.

Il denaro non esiste, in «L'Unione Sarda», 16 settembre 1995.

Il futuro é già cominciato, in «L'Unione Sarda», 4 dicembre 1994.

Il mondo in casa nostra, in «L'Unione Sarda», 5 novembre 1995.

Il mondo va in linea al computer, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio 1995.

Internet gratis a scuola grazie all'offerta di 'Video On Line', in «L'Unione Sarda», 12 novembre 1995.

La nuova frontiera, L'Unione Sarda in «L'Unione Sarda», 18 settembre 1995.

La ricerca in Internet Per Video On Line un partner dal Canada, in «L'Unione Sarda», 18 novembre 1995.

La sfida italiana sul multimediale, in «L'Unione Sarda», 1 ottobre 1995.

Leonardo da Vinci naviga su 'Video On Line', in «L'Unione Sarda», 13 settembre 1995.

Liori A., *Ecco cos'è «Video On Line» e quali potenzialità può offrire l'accesso alla rete telematica di Internet Dal cyberspazio un aiuto alla democrazia culturale*, in «L'Unione Sarda», 16 febbraio 1995.

Id., *Scommessa sul futuro per costruire una nuova democrazia*, in «L'Unione Sarda», 3 febbraio 1995.

Magistratura militare, indagini più veloci grazie a 'Video On Line', in «L'Unione Sarda», 28 settembre 1995.

Matrimonio Mit-Video On Line, in «L'Unione Sarda», 15 ottobre 1995.

Nelle capitali del mondo, in «L'Unione Sarda», 28 aprile 1995.

Oggi L'Unione Sarda regala l'abbonamento gratuito a Video On Line, il più importante network telematico europeo, uno dei tre maggiori al mondo, in «L'Unione Sarda», 16 settembre 1995.

Orrú I., *Anche l'Africa guarda al pianeta Internet*, in «L'Unione Sarda», 19 settembre 1995.

Pani A., *Accessibile sui computer il giornale del futuro*, in «L'Unione Sarda», 4 dicembre 1994.

Id., *Al computer in linea col mondo*, in «L'Unione Sarda», 4 dicembre 1994.

Id., *Con una marcia in piú*, in «L'Unione Sarda», 27 maggio 1995.

Id., *Con Video On Line parte la sfida nel mercato globale*, in «L'Unione Sarda», 27 maggio 1995.

Id., *Il mondo nel computer di casa Dal giornale multimediale allo shopping in salotto*, in «L'Unione Sarda», 7 aprile 1995.

Id., *Internet a scuola Sui banchi davanti al mondo*, in «L'Unione Sarda», 15 novembre 1995.

Id., *La Cina va On Line?*, in «L'Unione Sarda», 7 novembre 1995.

Pds: *«Basta polemiche sull'accordo Cis-Vol»*, in «L'Unione Sarda», 8 novembre 1995.

Pinna D., *E' la rivoluzione digitale. Il 7 aprile omaggio ai Nirvana su Internet*, in «L'Unione Sarda», 16 marzo 1995.

Rodriguez A., *L'innovazione tecnologica rivoluziona l'editoria: il futuro é nell'elettronica*, in «L'Unione Sarda», 7 aprile 1995.

Su Internet appalti 'in diretta', in «L'Unione Sarda», 21 novembre 1995.

Sul Pc di casa va in scena il nuovo mondo, in «L'Unione Sarda», 11 ottobre 1995.

Sulle ali di Internet, in «L'Unione Sarda», 6 novembre 1995.

Testa A., *Giornali e nuove frontiere*, in «L'Unione Sarda», 5 novembre 1995.

Tutti editori col computer su Internet, in «L'Unione Sarda», 29 ottobre 1995.

Video On Line approda a Bruxelles, in «L'Unione Sarda», 20 maggio 1995.

Video On Line in viaggio per il mondo, in «L'Unione Sarda», 11 giugno 1995.

Video On Line. Oggi a Cagliari convention con enti locali Navigando su Internet avendo come punto d'imbarco la Sardegna, in «L'Unione Sarda», 12 luglio 1995.

Video On Line trasporta il Manifesto, in «L'Unione Sarda», 24 febbraio 1995.

Video On Line va in tour per il mondo, in «L'Unione Sarda», 28 aprile 1995.

VIDEO ON LINE. Il principe del Katanga in visita all'Unione, in «L'Unione Sarda», 17 marzo 1995.