

university press
studi sulla comunicazione
00

CARLO FIGARI

Dalla linotype al web

I quotidiani sardi
dalle origini ad oggi
e l'avventura di Video On Line

CUEC Editrice

Indice

Prefazione di *Filippo Peretti*. p. 00

Introduzione

I parte

1. L'Editoria oggi: uno *tsunami*.
2. La stampa in Sardegna
3. Il Quotidiano in classe
4. Guida alla bibliografia.
5. I giornali sardi dagli esordi agli anni '90
6. Il periodo di Rovelli
7. L'Unione Sarda
8. La Nuova Sardegna
9. EPolis e le ultime iniziative.

II parte

L'avventura di Video On Line

Bibliografia I

Bibliografia II

Ringraziamenti

Studi sulla comunicazione / 00

ISBN: 978-88-8467-000-0
DALLA LINOTYPE AL WEB

© CUEC Editrice 2014
prima edizione maggio 2014

Senza il permesso scritto dell'Editore è vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, anche ad uso interno o didattico

Realizzazione editoriale:
CUEC Editrice
by Sardegna Novamedia Soc. Coop.
via Basilicata 57/59
09127 Cagliari

www.cuec.eu
info@cuec.eu

Realizzazione grafica: Antonello De Cicco | Hangar Factory
Stampa: Universal Book S.r.l., Rende (CS)

A mia moglie Daniela

Prefazione

Nicola Tranfaglia, massimo studioso italiano della materia, sostiene che la storia della stampa è utile anche come «chiave preziosa di analisi della gestione del potere nella società moderna e contemporanea». E Paolo Murialdi, una delle figure più nobili del giornalismo italiano, ha scritto, tra gli altri, il libro “Come si legge un giornale” che sottolinea quanto sia importante che il cittadino conosca tutti gli aspetti dei mezzi di informazione, dalla sua storia politica agli interessi della proprietà e della linea editoriale, per potersi fare una propria autonoma opinione. Tranfaglia e Murialdi ci dicono, in sostanza, che come tutti i poteri anche la stampa deve essere trasparente. E trasparenza fa rima con conoscenza.

L'informazione, è vero, vive di quotidianità e oggi – con i nuovi sistemi digitali – si evolve persino di ora in ora, di minuto in minuto. Ma per essere efficace deve necessariamente avere memoria: priva di radici e di riferimenti al passato, l'informazione si limiterebbe a raccontare, senza capirli, i fatti che ha davanti agli occhi: non riuscirebbe a spiegarli, ad analizzarli, a sviluppare l'indispensabile senso critico che la metta al riparo dai condizionamenti esterni. Insomma, non potrebbe esercitare sino in fondo il ruolo che le moderne democrazie le hanno affidato.

Ecco quindi perché questo saggio di Carlo Figari va consigliato agli studenti e ai lettori. Il caso Sardegna ha aspetti peculiari per via dell'insularità. Qui, ad esempio, gli indici di lettura sono sempre stati nettamente più alti della media italiana e la stampa locale ha sempre avuto maggiore diffusione rispetto alle testate nazionali. L'insularità e la conseguente identità sarda hanno garantito importanti successi editoriali, premiando soprattutto i giornali che non si limitavano a raccontare i fatti cittadini o provinciali ma che puntavano anche sul respiro regionale, ma hanno anche sperimentato dei limiti. È il caso, giusto per citare il più clamoroso, del monopolio imposto dall'industriale Nino Rovelli negli Anni Sessanta e Settanta: al padrone della Sir fu sufficiente acquistare *L'Unione Sarda* e *La Nuova Sardegna* per controllare tutta l'informazione e condizionare così la politica e l'economia.

Lo studio di Figari va consigliato anche agli addetti ai lavori. Il vecchio modello di informazione vive oggi una fase traumatica e dolorosa, ma i

nuovi media ancora faticano a trovare il modo di imporsi e di stare sul mercato. Benché non abbia mai operato tanto e con un così alto numero di protagonisti, la stessa professione giornalistica attraversa una fase di grande incertezza: non avendo più l'esclusiva nell'uso dei mezzi di comunicazione, deve riacquistare piena consapevolezza del proprio ruolo e sperimentare nuove formule. C'è chi pensa che la soluzione vada ricercata guardando al futuro. È vero, ma solo in parte. Perché non siamo all'anno zero dell'informazione. Una volta la differenza la facevano le rotative: chi non poteva averne una era tagliato fuori. Oggi le nuove tecnologie sono alla portata di un alto numero di soggetti ma, proprio per via della maggiore concorrenza, sarà ancora più decisiva la qualità informativa, l'autonomia e la capacità di raccontare i fatti non solo con chiarezza e tempestività ma anche con competenza e consapevolezza, cioè con assoluta cognizione di causa.

Filippo Peretti

Presidente Ordine dei giornalisti della Sardegna

Introduzione

Questo saggio è rivolto ai giovani aspiranti giornalisti, a chi per un qualsiasi motivo è interessato all'editoria sarda, ai docenti che aderiscono al progetto nazionale "Il Quotidiano in classe" e, soprattutto, agli studenti del corso di "Teoria e tecnica del linguaggio giornalistico", disciplina introdotta solo nel 2008 insegnamento della Facoltà di Lettere dell'ateneo di Cagliari, dove già da molto tempo esiste una cattedra di "Storia del giornalismo". Due insegnamenti complementari che rispondono ai crescenti interessi dei giovani verso il mondo della comunicazione. Con la recente riforma universitaria e i passaggi in atto dalle Facoltà ai Dipartimenti interdisciplinari, le materie legate alla comunicazione e al giornalismo avranno un nuovo inquadramento all'interno dell'Università di Cagliari e anche nell'ateneo sassarese, che già ha vissuto la positiva esperienza di un Master biennale di giornalismo presso la Facoltà di Scienze Politiche.

Queste discipline sono fortemente presenti in numerosi atenei della penisola articolate nei corsi triennali e magistrali, dove sono attivi anche master biennali riconosciuti dall'Ordine nazionale dei giornalisti. Nel polo della Facoltà umanistica di Cagliari sono attivi, nell'ambito della comunicazione, due corsi di Laurea, Lingue e comunicazione e Scienze della comunicazione (on line), che offrono un ampio ventaglio di materie specialistiche, seminari, laboratori e la possibilità di seguire le lezioni a distanza in streaming su video. Un'impostazione didattica in linea con le offerte più moderne.

Inoltre è in fase di discussione all'interno della categoria dei giornalisti la riforma dello stesso Ordine che prevede, tra l'altro, la modifica dell'accesso alla professione, ora disciplinata dalla vecchia legge del 1963, e corsi di aggiornamento professionale. Le varie proposte definiscono obbligatoria una laurea che, oltre il pezzo di carta, dovrà garantire una buona preparazione culturale di base per gli aspiranti giornalisti. Una novità che non potrà essere sottovalutata da tutti gli atenei, promuovendo offerte didattiche dei propri Dipartimenti.

Ad ogni buon conto questo lavoro raccoglie l'esperienza di cinque anni di insegnamento presso la Facoltà di Lettere di Cagliari, un periodo non lungo, ma sicuramente ricco di eventi e mutamenti epocali nel mon-

do del lavoro, quindi nell'università e nel settore dei media. Il confronto tra un giornalista "anziano" e gli studenti credo sia stato molto utile reciprocamente. Anche chi stava in cattedra ha avuto modo di "imparare" e ha potuto conoscere più a fondo la mentalità, le abitudini, gli interessi emergenti dei giovani per provare a capire cosa pensino e cosa vogliano. Sono loro i lettori di domani e da loro dobbiamo partire per costruire il giornale non del futuro, ma già di oggi. Sono i giovani nati nell'era di internet, voraci consumatori di news, blog e di ogni genere di comunicazione che passa attraverso cellulari, smartphone, tablet e pc. Sono loro a scegliere cosa e come leggere. E con loro la carta stampata deve confrontarsi e rapportarsi perché i quotidiani possano avere un presente e un futuro.

Ogni giorno andiamo a dormire dopo aver visto un telegiornale o una rassegna stampa e ci svegliamo seguendo la prima edizione di un Tg o la replica della lettura dei quotidiani. E se non c'è la Tv, allo stesso modo finiamo la giornata o ne cominciamo una nuova davanti al pc, al tablet, al telefonino o ascoltando le news della radio. Parole come *apertura*, *primo taglio*, *corsivo*, che il conduttore pronuncia descrivendo le notizie sui vari giornali che gli appaiono con un leggero tocco sul touch-screen, sono entrate nel vocabolario comune. Ormai tutti dovrebbero sapere che il confronto di alcuni editoriali sono le voci dei direttori o degli opinionisti di quelle testate, mentre la notizia in evidenza nella "pancia" della prima pagina è l'evento di cronaca più importante.

I quotidiani, nonostante le campane a morto che ormai si sentono suonare da più parti, fanno parte della nostra vita e, appunto, della nostra quotidianità. Non sappiamo quale sarà il futuro della carta stampata, che – come vedremo – oggi affronta il periodo più difficile dal dopoguerra a causa della crisi economica e della rivoluzione tecnologica dell'epoca digitale. Per fortuna, seppure ridimensionati e gravati dall'attuale situazione, continuano ad uscire puntualmente e ad essere uno strumento indispensabile dell'informazione.

Strumento di conoscenza, ma anche di libertà e democrazia, come sempre ripete il presidente dell'Osservatorio Giovani Editori di Firenze, Andrea Ceccherini che, con la collaborazione di diciassette quotidiani nazionali e regionali tra cui *L'Unione Sarda*, dal 2001 ha dato vita al progetto nazionale denominato "Il Quotidiano in classe".

Oggi oltre due milioni di studenti delle scuole superiori di tutta Italia e 44 mila insegnanti sono impegnati nell'iniziativa appoggiata dal Miur (il Ministero dell'Istruzione e della Ricerca scientifica) per l'esperimen-

to in una settantina di atenei. Significa che nel corso dell'anno in tutte le scuole aderenti al progetto un docente insegna a leggere il giornale, prende spunto dai contenuti e dall'impostazione delle notizie per parlare di attualità, politica, storia, cronaca. La lettura e il confronto tra gli stessi studenti è un grande stimolo alla formazione di opinioni personali e al dibattito democratico. Nessun libro o strumento didattico può essere più incisivo e immediato di un quotidiano. I risultati, dopo oltre un decennio di attività del progetto, sono evidenti e si manifestano nei sondaggi svolti dal medesimo Osservatorio.

Molti studenti che si apprestano a seguire un corso universitario provengono da quella esperienza e sono pronti ad approfondire il tema, ma non tutti. E non tutti coloro che hanno partecipato al "Quotidiano in classe" sono sufficientemente preparati, evidenziando subito lacune sorprendenti per un giovane di oggi, cresciuto con internet, ma scarso lettore di giornali.

È interessante il sondaggio "volante" che svolgo nelle classi che partecipano al progetto durante la prima lezione del mio corso. Alla domanda: quanti studenti leggono (chiarisco: *leggono e non acquistano*) un quotidiano tutti i giorni, la risposta è «nessuno». Tre su dieci lo leggono almeno tre giorni alla settimana e uno, o al massimo due, rispondono «cinque». I giovani prediligono la lettura nel fine settimana e soprattutto il lunedì (il giornale sportivo continua ad essere trainante per quella fascia di età). E, particolare che ovviamente non può che farci piacere, il giornale preferito nelle scuole superiori sarde è quello locale (*L'Unione Sarda* o *La Nuova Sardegna*), piuttosto che un grande quotidiano nazionale. In alternativa una testata sportiva.

Quando passo alla seconda parte del sondaggio per alzata di mano, specificando che l'investimento di 1,20 euro giornaliero (già 1,30/1,40 per molte testate) non è poco per un adulto, figuriamoci per un ragazzo, i risultati sono più o meno simili sia nelle superiori che all'università.

Chi acquista il quotidiano tutti i giorni? Nessuno o uno (spesso il lunedì) su dieci. Chi lo acquista almeno una volta alla settimana? Al massimo sono due o tre. Dunque, il quotidiano si legge a casa, al bar, ma è raro che i giovani – come invece accadeva negli anni Settanta/Ottanta quando una testata era anche una bandiera, un segno identificativo e distintivo individuale e di gruppo – si avvicinino ad un'edicola.

È questo un grande problema per il presente e per il futuro della carta stampata.

Uno dei principali obiettivi del progetto portato avanti nelle scuole secondarie e in via sperimentale nelle università, non a caso è quello di educare i giovani alla lettura e in particolare alla lettura consapevole. Dico sempre ai miei studenti più critici nei confronti dei giornali: l'Italia è un paese democratico, nonostante tutto, perché comunque la libertà di stampa è garantita dall'articolo 21 della Costituzione e perché si stampano ogni giorno un'ottantina di quotidiani. Si può essere critici rispetto ai giornali, ma chiunque può andare in edicola e acquistare il suo preferito che sicuramente contesterà, criticherà, ma in cui ritroverà ciò che cerca o vuole sapere.

Questa è libertà: poter scegliere un giornale anziché un altro. Il paradosso italiano, contrariamente alla stampa anglosassone, è che per avere un quadro completo dell'evento politico (sulle notizie di cronaca più o meno le coperture giornalistiche si equivalgono) bisogna leggere e confrontare più testate differenti. Solo una élite di lettori "professionali" può ovviamente permettersi di portare a casa o in ufficio la "mazzetta" con una decina di quotidiani, ma poi il lettore medio in realtà vuole il suo giornale, quello che maggiormente risponde alle sue posizioni politiche, alle sue idee, alle sue aspettative. Oppure vuol leggere il "nemico", quello con cui polemizzare. In ogni caso c'è un giornale per tutti i gusti e per tutte le idee. Questo dico e questo ribadisco ai giovani, sottolineando che la scelta è sempre del lettore che premia e punisce col suo euro e venti. I numeri della diffusione (i giornali venduti) non mentono mai.

La storia dei giornali sardi è poco conosciuta dagli stessi addetti ai lavori, anche se esiste ormai una bibliografia importante e sufficiente per avere almeno un quadro generale, figuriamoci poi dagli studenti. Gli eventi dell'editoria vanno di pari passo con gli avvenimenti del mondo e dell'ambiente: pertanto i giornali devono essere giustamente inseriti nel contesto in cui nascono, si sviluppano e, tranne nei due casi emblematici de L'Unione Sarda e La Nuova Sardegna, purtroppo sono costretti a chiudere.

I fatti politici, economici e sociali sono elementi "evenemenziali" e diacronici indissolubili con la storia dei giornali e del giornalismo. Ma un altro aspetto fondamentale, in questo campo sempre determinante, è quello dell'evoluzione tecnologica che nei tempi ha prodotto cambiamenti strutturali decisivi: da Gutenberg ad oggi, la storia dei giornali segue ed è persino guidata dalle novità della tecnica. L'invenzione di fine Ottocento della linotype (la macchina per digitare le linee tipografiche di

piombo fuso) e della rotativa per la stampa, hanno consentito di passare dal giornale artigianale a quello industriale, dalle poche centinaia di copie alle tirature di decine, centinaia di migliaia, facendo del quotidiano un prodotto commerciale alla portata di tutti.

Dalla tecnologia a caldo negli anni Settanta si è passati alla stampa a freddo (la cosiddetta fotocomposizione offset) che ha modernizzato con i primi computer le redazioni, le tipografie e i centri stampa, cambiando il modo e i tempi dell'intera catena di lavorazione di un giornale.

Il passaggio ai sistemi integrati con il giornalista che può fare tutto da solo davanti al suo Pc, l'invenzione di software sempre più veloci, completi e sofisticati, ha comportato un altro rapido salto in avanti. In meno di un decennio (fine anni Ottanta – metà anni Novanta) è ancora cambiato il lavoro in redazione, in tipografia e nei centri stampa, riducendo i tempi in modo incredibile tanto da poter aggiornare un articolo, aggiungere una notizia e consentire una ristampa in pochissimi minuti.

Ma la grande svolta, paragonabile storicamente alla scoperta dei caratteri di stampa di Gutenberg, è stata l'evento dell'epoca digitale, la globalizzazione di internet, l'esplosione del mondo della comunicazione a 360 gradi dove l'informazione giornalistica è solo uno degli innumerevoli attori del nuovo scenario dei media. Un processo rivoluzionario complessivo che, grazie alle novità tecnologiche, ha portato all'estensione praticamente infinita dei contenuti. Non c'è più solo l'articolo di un giornalista, ma un'offerta incontrollabile di notizie, informazioni, messaggi e di ogni altro genere immaginabile che può essere compreso nel significato del termine attuale di "comunicazione".

Dal giornalista professionista che lavora nei media tradizionali ai *citizen journalists* che in ogni istante inondano il web di testi, foto, filmati, immagini, musica e suoni. Argomenti su cui il dibattito oggi è apertissimo a ogni livello, impegnando addetti ai lavori del settore editoriale, esperti e studiosi non solo universitari, e su cui esiste una ricchissima bibliografia tra libri, saggi e articoli di ogni genere, reperibili in gran parte proprio sul web, ormai diventato l'*agorà* per ogni tema. Davanti a noi si apre un immenso oceano della comunicazione su cui bisogna solo sapere come navigare per trovare ciò che si cerca.

Il fatto essenziale, che qui mi preme rilevare e che metto subito in evidenza con i giovani studenti, è che il processo rivoluzionario delle tecnologie nel settore editoriale e poi l'evento di internet ha visto la Sardegna non solo partecipare, ma protagonista dei cambiamenti. Per la prima volta

nella millenaria storia l'Isola si è trovata al centro delle novità. Il fenomeno mondiale di internet ha consentito la delocalizzazione dei progetti di ideazione e produzione. Una piccola città come Cagliari, in una regione isolana e periferica come la Sardegna, è diventata il luogo dove è nato e si è sviluppato Video On Line, il primo provider italiano ed europeo della rete. Un fenomeno (1994-1996) durato meno di tre anni, ma che ha aperto orizzonti sino a quel momento neppure immaginabili.

Per questo motivo nel presente lavoro dedicherò largo spazio a VOL, così come ampiamente ne parlo durante le mie lezioni universitarie e negli incontri nelle scuole, raccontando agli studenti un fenomeno che la maggior parte di loro ignora totalmente o di cui ha solo sentito parlare.

Sono stato testimone, da cronista, di quella esperienza che ho visto nascere e crescere sin dai primi incontri in cui si cominciava a parlare di un oggetto misterioso creato negli Stati Uniti con scopi militari, ai primi passi in Europa e praticamente sconosciuto in Italia. Ho partecipato alle prime riunioni di tecnici ed esperti, ho seguito le interminabili discussioni, ho scritto numerosi articoli per *L'Unione Sarda* descrivendo ciò che stava avvenendo sotto i nostri occhi. All'inizio poco si sapeva del web, si andava avanti per ipotesi, riflessioni e progetti, guidati solo dall'istinto e dall'intuizione pionieristica. L'editore Nicola Grauso e il suo entourage di giornalisti e tecnici, mi sembravano molto Cristoforo Colombo sulla caravella in rotta verso le Indie. Il navigatore genovese era convinto che di fronte, al di là dell'immenso Oceano, si trovasse un'altra terra ignota, pensava appunto alle Indie e comunque che sarebbe approdato in un nuovo Continente. Così Grauso e i suoi cominciarono la navigazione quasi alla cieca, ma con la convinzione che da qualche parte sarebbero arrivati.

È doveroso, dunque, che proprio dall'Università di Cagliari partano studi e interessi per rendere giustizia al fenomeno di VOL, appena citato nei manuali e nei libri di storia del giornalismo. È doveroso che i giovani nati nell'era di Internet conoscano questo capitolo quasi ignoto ai più. È doveroso che non solo si riconosca la primogenitura, ma che si dia spazio a quel breve, intenso e fruttuoso periodo in cui – grazie a VOL – la Sardegna venne catapultata nel dibattito internazionale.

Ma non solo Video On Line, perché all'*Unione Sarda* si sperimentarono e diventarono operativi in brevissimo tempo sistemi integrati sofisticati e innovativi che sin dalla metà degli anni Novanta hanno portato il quotidiano cagliaritano all'attenzione nazionale riguardo alle tecnologie redazionali e di stampa. Ultimo giornale a lasciare la lavorazione a caldo,

nel 1986 quando tutti gli altri erano già passati all'offset, saltò il passaggio della produzione a freddo entrando direttamente nel mondo dell'elettronica. E con VOL *L'Unione Sarda* è stato il primo quotidiano italiano ed europeo a entrare nella rete: una data storica, luglio 1994. Solo mesi dopo il giornale sardo si affacciarono sul web *La Repubblica*, *La Stampa*, *L'Unità*, *Il Corriere della Sera* e il *Sole24Ore*. Un altro primato di cui, tutti i sardi, devono essere orgogliosi e personalmente vado fiero come giornalista dell'*Unione Sarda* dove ho cominciato la mia carriera professionale nel 1974.

Con un pizzico di commozione, devo ammettere, sfogliando la raccolta del giornale ho trovato il mio primo articolo comparso nella pagina sportiva il 3 settembre con la sigla C. F., una trentina di righe che – ricordo – non mi fecero dormire la notte per l'emozione. Solo dopo oltre tre mesi, il 17 dicembre il caposervizio con benevolenza mise la mia firma per esteso sotto una "spalla" di un'altra cronaca sportiva. La prima volta, la conferma che avevo superato il primo periodo di prova, che ero stato dunque accettato dagli anziani ed esperti colleghi della redazione (all'epoca pochissimi) i quali – con quella firma – mi avevano dato fiducia e coraggio per andare avanti. Quanti giovani nel tempo ho visto vivere quelle stesse emozioni e speranze, quanti (la maggior parte) hanno desistito in una corsa a infinite tappe quotidiane, domeniche comprese, di fatica e sacrifici e si sono persi per strada. Oggi magari sono affermati professionisti in altri campi, molti non li ho più visti. E qualcuno che all'epoca aveva cominciato con me a collaborare, me lo ritrovo ancora collega e compagno di questa bellissima avventura nella grande famiglia che da sempre è stata la redazione dell'*Unione Sarda*.

Per resistere allora ci voleva – e ci vuole – soprattutto tanta-tanta passione, pensando che i Montanelli, Biagi, Scalfari sono solo l'eccezione, la punta di diamante, di una categoria dove oltre il novanta per cento fa un lavoro silenzioso di trincea. Anche se con la Tv, i talk show, la politica e la "cronaca spettacolo", lo sport, nell'ultimo ventennio molto è cambiato e i giornalisti delle grandi testate aspirano ad essere loro i protagonisti degli eventi, scambiando il ruolo del testimone-cronista con colui che crea il fatto e la notizia attraverso il suo articolo, spesso "pompatto" e "stressato" ad arte.

È importante che gli studenti e i giovani aspiranti giornalisti siano consapevoli di cosa significhi fare questo mestiere, conoscano non solo la storia dell'editoria regionale, ma il giornale-quotidiano in tutti i suoi

aspetti: dalla lavorazione redazionale all'impaginazione grafica, dalla scrittura di titoli e testi all'ultima fase della stampa.

Nel decennio del progetto del "Quotidiano in classe" mi è capitato di incontrare decine di docenti che partecipavano con i loro studenti all'iniziativa promossa dall'Osservatorio Giovani Editori. Tutti gli insegnanti, devo dire, molto motivati e capaci di coinvolgere gli alunni, ma la maggior parte, se non la quasi totalità, autodidatti. La lettura del quotidiano, infatti, si fa durante l'ora di educazione alla cittadinanza, la "noiosa" Educazione civica dei miei tempi, e l'insegnamento viene affidato di solito a un insegnante di italiano, storia e filosofia.

Docenti che nel loro curriculum universitario non contemplano questa disciplina perché non esisteva sino al 2008 nell'ateneo cagliaritano e manca tutt'oggi in quello sassarese.

Pertanto la nuova cattedra di "Teoria e tecnica..." è andata a colmare un anacronistico vuoto e a completare l'offerta formativa già presente a Cagliari con "Storia del giornalismo" e diverse discipline attinenti un percorso nel campo della storia, della comunicazione, dei beni culturali, dello spettacolo e del turismo.

Nel passaggio in atto dalle Facoltà ai Dipartimenti è auspicabile, quanto ineludibile, proseguire nelle iniziative faticosamente sin qui avviate e trovare soluzioni didattiche che sappiano dare concrete risposte agli studenti e colmare definitivamente le evidenti – in questo senso – lacune del passato. È impensabile, nel terzo millennio, una università che non contempli nella sua offerta discipline non solo storiche, ma anche tecniche e professionali, che riguardino il mondo dei media e della comunicazione *tout court*.

Oggi un laureato in discipline umanistiche o in Scienza della comunicazione, che si trovi a svolgere la lezione della lettura in classe, ha la possibilità di completare la sua preparazione e di affrontare l'argomento con conoscenze specialistiche di prima mano. A sua disposizione, inoltre, i manuali annualmente pubblicati dall'Osservatorio e distribuiti gratuitamente a chi partecipa al progetto, oltre una vasta bibliografia riguardo il linguaggio, la tecnica, la deontologia e le innovazioni. A partire, per chi volesse proprio sapere tutto, dai quattro volumi pubblicati dall'Ordine nazionale dei giornalisti e propedeutici per i giornalisti che aspirano a sostenere l'esame di Stato per diventare professionisti.

Oggi è impensabile che un laureato in Lettere o Scienze della comunicazione confonda il direttore con l'editore, il titolo di *apertura* con la

spalla, il *corsivo* con il "coccodrillo". Nelle pagine che seguono daremo un quadro generale dell'attuale panorama editoriale sardo, partendo dall'evoluzione storica per arrivare agli epocali cambiamenti.

Con un'avvertenza. I dati presenti in questo saggio sicuramente non saranno più validi non per il prossimo anno, ma solo fra pochi mesi. I manuali più recenti, a causa degli stravolgimenti strutturali, non sono più attuali relativamente agli ultimi capitoli che trattano del web e dei numeri dell'editoria. Oggi ogni previsione è approssimativa e fallibile. Ciò che avevo raccontato agli studenti durante la prima lezione del mio corso nell'anno accademico 2012-2013, non erano più validi alla chiusura, appena tre mesi dopo.

I cambiamenti hanno portato a un ripensamento della professione, del processo lavorativo, della stessa preparazione degli aspiranti giornalisti. Un mondo da rifondare. Niente nei prossimi anni sarà come la redazione che ho conosciuto ai miei esordi, ma neppure quella in cui ho lavorato con i primi personal computer.

Restano, invero, immutate le regole del buon giornalismo, della buona scrittura e dell'etica professionale. Il futuro è proiettato senza più ritorno lungo la strada della multimedialità dove la carta stampata accompagnerà – o sarà accompagnata – dall'informazione degli altri media, ciascuno per proprio conto, tutti insieme nei vari siti dell'infinito *mare magnum* del web. Su questo gli esperti sono in maggioranza concordi.

La speranza – anche questo è un convincimento su cui confluiscano le opinioni di giornalisti, editori, massmediologi – è che i giornali di carta non solo sopravviveranno, ma riusciranno a trovare una nuova e più moderna collocazione.

I PARTE

Capitolo 1

L'editoria oggi: uno tsunami

Prima di tracciare il profilo storico dell'evoluzione dei quotidiani sardi, preferiamo partire dall'attualità, per restare nel tema, dalla cronaca. Dove ci troviamo oggi? Qual è la situazione dell'editoria nazionale in cui ovviamente si inquadra quella sarda? Di cosa stiamo parlando finora? Dall'esperienza dei precedenti corsi universitari emerge che i giovani fanno poco o niente di editoria, vista come settore industriale fatto di costi, di spese e ricavi, di assunzioni e licenziamenti, di nuove testate e di chiusure di altre. Alcuni di questi studenti vorrebbero fare i giornalisti o già sono alle prese con le prime esperienze di collaborazioni presso qualche testata di carta stampata, ma soprattutto nei siti di news di cui pullula il web. Vorrebbero inserirsi in un mondo che li affascina, ma che non conoscono. Non sanno rispondere neppure alla banale domanda: quanti quotidiani sardi si pubblicano nell'Isola? E quanti quotidiani si stampano nei tre centri stampa ubicati a Cagliari, Sassari e Macomer?

Di solito confondono le domande perché, pur volendo fare i giornalisti e già cimentandosi nel campo, non sanno la differenza tra testate effettivamente pubblicate in Sardegna – i quotidiani sardi – e quelle invece “continentali” che, attraverso la trasmissione elettronica, vengono stampate nell'Isola e distribuite in edicole insieme a *L'Unione Sarda* e a *La Nuova Sardegna*. Solo il centro stampa dell'*Unione*, nei pressi dell'aeroporto di Elmas, stampa tra i 10 e 14 giornali ogni notte e d'estate arriva a stamparne anche 16/18.

In tempi recenti e felici per gli editori e l'editoria (non più tardi di tre, quattro, anni fa), nella modernissima sede di Elmas dove funzionano tre grandi rotative uscivano nel periodo invernale 250-300 mila copie al giorno che d'estate raddoppiavano. Oggi quei numeri si sono notevolmente ridotti, per i problemi che vedremo fra breve. E il centro stampa progettato e nato per lo sviluppo degli anni Duemila si è trovato nel tempo sovradimensionato. Di recente (dicembre 2013), tuttavia, è stato dotato di una nuova rotativa finalizzata alla stampa del nuovo formato ridotto dell'*Unione Sarda* e altri quotidiani nazionali.

Diverse importanti testate nazionali, a causa della crisi, hanno persino

rinunciato alla teletrasmissione e alla distribuzione in Sardegna. Tra tutti il prestigioso *Il Foglio* di Giuliano Ferrara, costretto a limitare la pubblicazione nelle due isole maggiori sul web e solo nel periodo estivo su carta, per far quadrare i conti del bilancio. Ferrara ha dichiarato pubblicamente, con un'intervista all'*Unione Sarda*, la scelta industriale spiegando ai lettori i motivi dei sacrifici a cui sono costretti oggi più o meno tutti.

Non è questa la sede per un'analisi in dettaglio della diffusione dei quotidiani italiani e sardi per quanto ci riguarda, poiché ci si perderebbe in un mare di numeri.

I confronti statistici, infatti, si fanno nell'arco temporale di un decennio e per esaminare il fenomeno della crisi bisognerebbe esaminare dettagliatamente almeno l'ultimo triennio, parlando di dati assoluti (numero copie effettivamente vendute) e dati relativi (percentuali rispetto agli stessi periodi precedenti). Un lavoro specialistico per gli addetti ai lavori. Comunque, questi dati sono facilmente reperibili sul periodico "*Prima Comunicazione*" che pubblica le statistiche ufficiali mensili di tutta la stampa nazionale, nel "*Rapporto sull'industria italiana dei quotidiani*" che ogni fine primavera la Fieg (la Federazione degli Editori di giornali) presenta nella sua sede romana, realizzato annualmente dall'Associazione Stampatori e dall'Osservatorio tecnico "Carlo Lombardi" per i quotidiani e le agenzie di informazione, che fotografa la situazione attuale del settore, con un riferimento anche a ciò che accade nelle altre parti del mondo e delinea possibili scenari futuri. E ancora dalle ricerche svolte dal Centro studi della stessa Fieg.

Per capire sommariamente l'attuale situazione italiana, riprendiamo l'analisi emersa dal "*Rapporto*" relativo al 2012 (diffuso nel giugno 2013 a Roma) e i dati elaborati dalla Fieg con gli studi "*La stampa in Italia 2010-2012*" e la "*La stampa in Italia 2011-2013*" illustrato il 16 aprile 2014, con gli ultimi aggiornamenti, proprio mentre questo saggio va "in macchina".

Ecco in estrema sintesi la fotografia del settore così come emerge dai numeri oggi disponibili, giusto per avere un quadro generale e una concreta idea della reale situazione.

Gli studi della Fieg

«Congiuntura economica negativa, evoluzione tecnologica e limiti strutturali»: sono i fattori che, secondo lo studio della Fieg "*La Stampa*

in Italia 2010-2012", contribuiscono alla pesante crisi che attraversa l'editoria quotidiana e periodica. Il 2012 è il quinto anno consecutivo che si chiude con dati negativi. Calano ricavi, pubblicità, copie vendute e, per la prima volta, anche i lettori. Solo da internet arriva qualche segnale positivo, pur insufficiente a colmare i dati negativi dei comparti tradizionali.

Questo trend sostanzialmente negativo viene confermato *in toto* nell'ultimo anno durante il quale non si vedono segnali di ripresa, ma al contrario si accentua la crisi.

Nel 2013 – si legge nell'ultimo studio – il fatturato pubblicitario dei quotidiani è sceso in maniera piuttosto netta, del 19,4%. La caduta stimabile dei ricavi editoriali è dell'11,1%, solo in parte attenuata dalla maggiore tenuta dei ricavi da vendita delle copie (-6,5%), grazie agli incrementi di prezzo intervenuti nell'anno.

In termini di lettori, che sono poi gli "utilizzatori finali" del mercato con cui il mondo dell'editoria si deve confrontare, dal 2011 i quotidiani italiani hanno perso ben 4 milioni di lettori, solo in parte "recuperati" sul web, che ha visto un incremento di circa un milione di lettori. I siti web delle stesse testate quotidiane hanno compiuto un balzo notevole salendo da 2,7 a 3,7 milioni, vale a dire un milione in più di lettori sul web, con un incremento cumulato del 36,2%.

Il paradosso dei lettori della carta stampata è quantomeno incredibile: circa 19,5 milioni nel 2001, sono saliti a oltre 24,9 milioni a fine 2011 per cominciare un lento ed inesorabile declino (già sino a 21 milioni) che sembra impossibile da tamponare; la stampa periodica registra anch'essa un calo netto, anche se meno marcato rispetto ai quotidiani, segno questo di ciò che cercano i lettori: approfondimento e specializzazione, qualità che sui quotidiani negli ultimi tempi sono più che marginalizzati decisamente assenti.

I bilanci

I risultati dei bilanci delle imprese editrici di quotidiani, che già nel corso del 2011 erano stati caratterizzati da un andamento negativo, hanno subito nel 2012 un ulteriore peggioramento. Il calo dei ricavi è del 9% per i quotidiani e del 9,5% per i periodici e si registra il dimezzamento dell'utile di esercizio dei quotidiani, da 92,8 a 42,3 milioni di euro. La crisi

non sembra fermarsi in questo settore: dopo il tonfo del 2012 anche nel 2013 i ricavi di quotidiani e periodici hanno registrato cali a due cifre, a fronte di una discesa dei costi contenuta. Secondo la Fieg «la ripresa che s'intravede avrà un impatto assai limitato sul settore».

La pubblicità

Il 2012 è stato il peggiore anno degli ultimi venti: per la prima volta dal 2003 si è scesi al di sotto della soglia degli 8 miliardi di euro, con un calo del 14,3% rispetto al 2011. Soffre soprattutto la stampa: per i quotidiani -17,6%, per i periodici -18,4%. Calano anche gli investimenti sulla tv, ma in maniera meno pesante con una accentuazione dello storico squilibrio del mercato. Nel primo trimestre 2013 si aggrava la crisi del mercato pubblicitario in generale (-18,9%) e degli investimenti sulla stampa in particolare (periodici -22,3%, quotidiani -26,1%).

Nel 2013 – si legge nell'ultimo “*Studio Fieg*” – il fatturato pubblicitario dei quotidiani è sceso ulteriormente, arrivando a meno il 19,4%. La caduta stimabile dei ricavi editoriali è dell'11,1%, solo in parte attenuata dalla maggiore tenuta dei ricavi da vendita delle copie (-6,5%), grazie agli incrementi di prezzo intervenuti nell'anno. L'andamento negativo del fatturato è stato accompagnato da una diminuzione dei costi molto più contenuta. Male anche i periodici: nel 2013 la caduta del fatturato è stata del 12,7% e dal 2006 al 2013 i ricavi pubblicitari sono diminuiti di quasi 630 milioni di euro (-60%).

La diffusione

È dal 2001 – con l'unica eccezione del 2006 – che la diffusione dei quotidiani, cioè il numero delle copie vendute, è in costante flessione. La flessione si è accentuata a partire dal 2008, parallelamente all'insorgere della crisi. Nel 2012 il calo delle vendite è stato del 6,6% (da 4 milioni 272 mila a 3 milioni 990 mila di copie).

In cinque anni, dal 2007, i quotidiani hanno perso oltre un milione 150 mila di copie (-22%).

Secondo i più recenti dati disponibili il trend è sempre in discesa: da 3.745.222 copie (gennaio 2013) si è ancora calati a 3.331.391 (gennaio

2014). Se si aggiungono le vendite digitali (vedi più avanti) il totale scende da 3.921.440 a 3.690.560, pari a meno 5,6 per cento.

Nel 2012 i settimanali hanno perso il 6,4% delle copie (da 10 milioni 928 mila a 10 milioni 225 mila), i mensili l'8,9% (da 10 milioni 448 mila a 9 milioni 515 mila). Dal 2001, come detto, diminuiscono per la prima volta i lettori. L'ultima rilevazione Audipress 2013 indica in 21 milioni le persone che ogni giorno leggono un quotidiano cartaceo, con un calo rispetto all'anno precedente del 14,8%.

Occupazione

Di conseguenza va male l'occupazione giornalistica e quella dei poligrafici che sono in forte flessione. I giornalisti nel 2011 e nel 2012 sono diminuiti nel complesso, rispettivamente, dell'1,4% e del 4,2%. Nel 2012 nei quotidiani sono diminuiti del 4,6% (da 6.393 a 6.101 unità), nei periodici dell'1,4% (da 2.912 a 2.872 mila unità), nelle agenzie di stampa del 9,6% (da 1.034 a 935 unità). Ma l'emorragia occupazionale non si è fermata, al contrario continuano licenziamenti, prepensionamenti e pensionamenti a fronte di assunzioni a termine e precariato in costante crescita.

Tra il 2009 e il 2013 il numero dei giornalisti fuoriusciti dal settore dell'editoria è stato di 1.662 unità, di cui 887 nell'area dei quotidiani e 638 in quella dei periodici. «Un ridimensionamento che prosegue imperterrita dal 2000 e che ha minato – sottolinea lo “*Studio Fieg 2011-2013*” – non solo la qualità dell'informazione italiana, ma anche la libertà della stessa, negando ai lettori quel ventaglio di idee, posizioni e punti di vista sui fatti che rappresentano la libertà di stampa in un mercato di libera concorrenza. Sempre più spesso capita infatti di vedere la stessa firma “autorevole”, magari lo stesso giorno, su due o tre quotidiani diversi».

Oggi i giornalisti iscritti all'Ordine nazionale sono in totale 110 mila, di cui 1200 in Sardegna (tra professionisti e pubblicisti).

Nel 2011 e nel 2012, i poligrafici sono diminuiti, rispettivamente, del 5,6% e del 6,7%. Nel 2013 l'ulteriore contrazione del 2,2% ha portato il numero dei poligrafici occupati per la prima volta al di sotto della soglia delle 5 mila unità.

Digitale

Il “*Rapporto 2012*” mette in evidenza i grandi cambiamenti strutturali in atto che hanno portato agli attuali stravolgimenti nella produzione dei giornali, nelle vendite e nella pubblicità. Internet è l’unico mezzo su cui cresce la pubblicità nel 2012 (+5,3%, da 631 a 664 milioni di euro). I ricavi da editoria on line sono in costante crescita e nei gruppi di maggiori dimensioni la loro incidenza sul fatturato complessivo ha superato la soglia del 5,5%. Le rilevazioni della diffusione delle copie digitali di quotidiani e periodici mostrano una vendita già significativa, di oltre 185 mila copie al giorno. Nel 2013 questi numeri sono cresciuti in modo vertiginoso arrivando a una media giornaliera di 245.000 copie. Secondo l’ultimo studio della Fieg (confronto gennaio 2013 con gennaio 2014) si è passati da 176.218 a 359.169 copie digitali vendute al giorno, pari a + 103,8%.

Le criticità

Ed ecco in estrema sintesi, così come riportato dall’Agenzia Ansa riferendosi allo “*Studio 2010-2012*”, quali sono secondo la Fieg i limiti strutturali del settore: un assetto del mercato pubblicitario fortemente sbilanciato in favore delle televisioni; l’insufficienza della tutela dei contenuti editoriali nella Rete nei confronti di utilizzatori che non si fanno carico degli oneri connessi alla produzione dell’informazione; le carenze e le inefficienze del sistema distributivo che generano elevati livelli di resa; la limitata praticabilità di alternative alla vendita in edicola per l’inefficienza del servizio postale e/o di altri canali distributivi; la scarsa propensione all’acquisto dei giornali da parte del pubblico italiano, mai adeguatamente stimolata da interventi di sostegno della domanda.

L’analisi e commenti

Quasi un milione di copie perse in cinque anni, dunque. Il 2012 il peggior anno per la pubblicità degli ultimi venti, per la prima volta in discesa anche i lettori. Un 2013 ancor più nero, come confermeranno i dati della ricerca successiva.

Più che il declino, quello che emerge dallo studio “*La Stampa in Ita-*

lia 2010-2012” sembra il collasso dell’editoria. «Una crisi violenta», la definisce il presidente della Fieg Giulio Anselmi, che chiede misure urgenti a una politica per troppo tempo latitante e a editori e giornalisti di «muoversi insieme» per una «ristrutturazione radicale». L’andamento del settore è persino peggiore della media degli altri comparti economici: alla crisi congiunturale si sommano, infatti, criticità strutturali e gli effetti negativi dell’innovazione tecnologica.

Anselmi sollecita interventi al governo, con «una ridefinizione complessiva delle forme di sostegno all’editoria, spostando risorse dai soggetti ai progetti, dai contributi agli incentivi». Una strada – secondo il presidente della Fieg – è riprendere il progetto di riforma del settore dell’ex sottosegretario Ricardo Levi, approvato in commissione Cultura alla Camera nella precedente legislatura. «Un progetto innovativo» ricorda lo stesso Levi, basato su tre pilastri: sostegno del pluralismo dell’informazione, misure per l’apertura del mercato e interventi per l’innovazione».

Tutti – editori, giornalisti, pubblicitari – sono concordi che sia necessario «in tempi brevi» rilanciare il progetto di legge, promettendo «un intervento pubblico ben delimitato, con strumenti normativi e finanziari che accompagnino il turn over e l’innovazione». E ai giornalisti, ma anche alle aziende, si rivolge Anselmi per chiedere «una ristrutturazione radicale» basata sull’integrazione carta-web, invitando gli editori a non chiudersi e i giornalisti ad evitare «lentezze corporative».

Senza complessi, «perché – sottolinea – è erronea la convinzione che l’informazione, nel suo complesso, sia assistita».

L’intento di tutti è trovare risorse nel comparto editoriale, convincendo dopo un negoziato i giganti di internet come Google a dare il loro contributo. Il web – evidenzia lo studio – da un lato contribuisce al tracollo del settore, con la diffusione di informazione gratuita, dall’altro è fonte di speranza. Internet è l’unico mezzo su cui cresce la pubblicità nel 2012 e la vendita di copie digitali è incoraggiante. In termini assoluti, però, i ricavi sono molto lontani da quelli dei sofferenti comparti tradizionali.

Il calo delle vendite

A pesare sulla carta stampata è il calo delle vendite. Come detto sopra, nel 2012 per i quotidiani è stato del 6,6% e si è passati da 4.272.000 a 3.990.000 copie, con un calo in cinque anni di oltre 1.150.000 copie) e

della pubblicità (il 2012 è stato il peggiore anno degli ultimi 20 e per la prima volta dal 2003 si è scesi sotto gli 8 miliardi di euro). Per uscire dall'emergenza la Fieg chiede misure come il credito di imposta a favore delle imprese che investono in pubblicità sulla stampa o per gli investimenti finalizzati all'innovazione, risorse per favorire il ricambio generazionale e – precisa Anselmi – tornare ad assumere giovani, interventi per la modernizzazione della distribuzione e la promozione della lettura. Si vedrà se il nuovo governo (ora l'invito è rivolto caldamente al premier Matteo Renzi) riuscirà a riaprire il tavolo con le parti sociali per individuare gli obiettivi e reperire le risorse, mettendo in campo interventi finanziari e normativi, anche in difesa del diritto d'autore.

La Fnsi

«È evidente che il settore editoriale sta attraversando una crisi che non è contingente, ma che ha carattere strutturale. La presentazione dello "Studio 2010-2012" lo conferma. I dati sono drammatici. Non basta conoscere tali dati ed averne consapevolezza: occorre lavorare per uscire dalla crisi»: afferma Giovanni Rossi, presidente della Fnsi (il sindacato dei giornalisti) «Sono condivisibili – aggiunge Rossi – le parole del presidente della Fieg, Giulio Anselmi, che ha richiamato le responsabilità comuni di editori e giornalisti. Il confronto per il rinnovo del contratto di lavoro dovrà essere la sede dove affermare tale responsabilità. Gli editori devono esprimere progettualità ed i giornalisti debbono accettare la sfida, ognuno per la parte che gli compete. L'obiettivo principale deve essere quello della riapertura di un mercato del lavoro oggi asfittico. Su questo misureremo anche la reciproca capacità di progettare il futuro del settore senza deprimere ulteriormente il presente».

«In questo ambito – continua il presidente della Fnsi – deve esserci un adeguato intervento della mano pubblica per favorire le trasformazioni tecnologiche sempre più avanzate, con l'obiettivo di operare una vera integrazione multimediale; per realizzare una adeguata formazione degli operatori (giornalisti in primo luogo) affinché i prodotti editoriali si caratterizzino per qualità dell'informazione veicolata. Né deve mancare un adeguato sostegno al pluralismo attraverso un sostegno economico anche diretto, ma qualificato, mirato e non a pioggia. Anche la legislazione deve cambiare – rileva Rossi – sia quella che ha prodotto un sostanziale duopo-

lio televisivo nel nostro Paese, sia quella che riguarda gli interventi sociali per affrontare la crisi (la legge 416 va rifinanziata, ma anche modificata riguardo, ad esempio, ai criteri per il ricorso ai prepensionamenti). Ragionare sul superamento della crisi di questo che è un settore industriale, parte rilevante dell'industria culturale italiana, fonte di reddito per migliaia di lavoratori e per le loro famiglie, deve significare anche cercare il contributo di idee e di azione di tutti i soggetti che vi operano, anche al di là degli editori e dei giornalisti».

Secondo il giornalista sardo Franco Siddi, ex presidente e attuale segretario della Federazione nazionale stampa italiana (Fnsi), «su un punto non può che esserci identica consapevolezza: il sistema in crisi richiede sforzi comuni delle parti sociali e chiarezza di interventi della mano pubblica per un governo di questa fase delicata orientato a valorizzare il bene pubblico informazione (senza la quale una democrazia non è tale) e l'industria che lo promuove e lo sorregge».

«Dobbiamo fare tutti la nostra parte – prosegue Siddi – avendo chiaro però che non ci sono da regolare conti ma da riordinare processi, inserendosi attivamente nell'innovazione e sapendo che le sfide si vincono con la qualità e la credibilità dell'informazione. Se gli editori stanno facendo i conti con un andamento economico negativo – aggiunge il segretario della Fnsi – i giornalisti stanno pagando un caro prezzo alla crisi in termini di occupazione e di costi sociali e previdenziali ormai non più sopportabili». Da qui un appello del sindacato perché l'editoria e il lavoro che la anima siano riconosciuti strategici. «È necessaria un'istanza comune al Governo e alla politica per riforme e misure di sostegno finalizzate alla tenuta del sistema prima e alla ripresa e allo sviluppo avendo attenzione per il futuro delle testate, per le condizioni delle persone che vedono a rischio il loro lavoro e per le speranze di ingresso delle nuove generazioni, per la qualità e la vitalità del sistema democratico».

Un quadro che sostanzialmente non è cambiato nell'ultimo anno, ma anzi continua a peggiorare, come ammette lo stesso Giulio Anselmi parlando a un anno di distanza dalle precedenti affermazioni: «Nell'ultimo mese del 2013 e nella prima parte di quest'anno – dice nel commentare lo "Studio 2011-2103" – si sono manifestati segnali di ripresa nel quadro economico del paese, che continuerà ad essere trainata dalla componente estera della domanda globale e, in misura più limitata, da quella interna alla cui evoluzione sono legati i consumi di carta stampata. La ripresa che s'intravede avrà dunque un impatto assai limitato sull'editoria giornalisti-

ca, i cui problemi sono allo stesso tempo strutturali e congiunturali». Da qui un appello a Renzi e al nuovo governo e un invito ai giornalisti per trovare una strada comune da percorrere per uscire dal tunnel.

In Sardegna

Per l'editoria in Sardegna, come nel resto d'Italia, il biennio tra il 2012 e il 2013 ha rivoluzionato il mondo della carta stampata. Un autentico tsunami si è abbattuto su quotidiani e periodici con effetti devastanti a catena: precipitano le vendite, riportando i numeri delle copie agli anni Ottanta, crolla la pubblicità sia nazionale che locale riducendosi a livelli mai visti nel recente passato, si registra una repentina disaffezione alla carta e nel contempo il vertiginoso sviluppo dei nuovi media. Anche se solo il 70 per cento degli italiani usa il computer, il 50 per cento si informa attraverso internet, utilizzando smartphone, Ipad, tablet, pc portatili sempre più piccoli, ogni genere di canali del web. «Oggi è possibile informarsi con 19 diversi mezzi di comunicazione che trasmettono 24 ore non stop giornali on line e a 360 grandi», afferma Giovanni Boccia Artieri, ordinario di Sociologia dei new media all'Università di Urbino e autore di numerosi studi sulle novità del settore. «Siamo di fronte all'informazione globale, in cui al giornalista resta ancora un ruolo importante di filtro e alle testate autorevoli e storiche un ampio spazio, ma dove tutto in questo nuovo mondo mediatico è in evoluzione e cambiamento», dice durante un incontro svoltosi a Cagliari l'8 febbraio 2013 dal significativo titolo «Giornalismo e web 2.0: bivio, guado o nuove opportunità?». Un'interessante iniziativa organizzata dal corso di laurea in Scienze della Comunicazione diretto dalla professoressa Elisabetta Gola che in questi anni, attraverso lezioni on line e incontri, cerca di aprire l'Ateneo di Cagliari ai cambiamenti in atto nel resto d'Italia e nel mondo.

A far le spese delle novità e al diffondersi di mode e abitudini, sono stati per primi i quotidiani e i periodici. Resiste la Tv, si riscontra un ritorno di attenzione e quindi di ascolti della radio, ma soprattutto cresce l'interesse – in particolare dei giovani nati nell'era di internet – verso i nuovi media. A dire il vero non è che non si leggano più i quotidiani: l'indice di lettura (cioè il numero di lettori per ogni copia, tecnicamente detto *readership*) è ancora alto raggiungendo in Sardegna punte importanti e superiori a quelle di altre regioni.

Nel 2013 è stato praticamente uguale per i due quotidiani “storici”: 6,5 lettori per ogni copia dell'*Unione Sarda* e della *Nuova Sardegna*. Significa che la gente legge il giornale al bar, negli uffici, nei circoli, in famiglia, una copia passa di mano in mano spesso con una lettura svogliata e veloce, ma non va più in edicola puntualmente ogni mattina a comprare il giornale preferito e a cui era tradizionalmente fedele.

I quotidiani sardi

Tracciare il panorama della stampa quotidiana in Sardegna non è semplice, anche perché – alla luce dei fatti che si succedono rapidamente – ciò che si scrive oggi solo fra qualche mese non sarà più così. In passato era possibile svolgere analisi del settore editoriale prendendo in considerazione i numeri degli ultimi tre decenni, a partire dalla metà degli anni Ottanta, verificando i cambiamenti in positivo e negativo che si registravano nell'arco di un quinquennio. I cali o la crescita delle vendite oscillavano nell'ordine di poche migliaia di copie media-giornaliera (tra il 5 e l'8 per cento). Tra il 2010 e il 2013 i numeri mostrano solo un calo costante, con cadute nella media annuale del 7 per cento. Come detto in apertura: uno tsunami che bisogna far passare per poi poter ricostruire e nel contempo cercando di salvare l'esistente dall'urto dell'ondata.

Nel maggio 2013 – al momento della pubblicazione del “Rapporto” sull'editoria relativo all'anno precedente – *L'Unione Sarda* diffonde (tecnicamente significa il numero delle copie stampate e distribuite con i vari canali, soprattutto in edicola) 60 mila copie giornaliera con punte di 67 mila la domenica, giorno di maggiore diffusione. La vendita, però, è legata a molti fattori – alcuni non prevedibili e poi qualche volta persino inspiegabili – che in questi primi sei mesi dell'anno porta a una resa attorno al 15 per cento. La “vendita” è la differenza tra la diffusione e la resa (le copie rimaste in edicola): i conti sono presto fatti.

Il tradizionale competitor *La Nuova Sardegna*, che ha una sfera di influenza maggiore nel Centro-Nord dell'Isola e una distribuzione in zone ancor più colpite dalla crescente povertà e crisi economica, segna una medesima contrazione con una diffusione attorno alle 53 mila copie. *Il Sardegna Quotidiano* (che, come vedremo più avanti, cesserà le pubblicazioni alla fine dell'estate) oltreché venduto in edicola a 80 centesimi, viene soprattutto distribuito gratuitamente in circa 18 mila copie. In questo

contesto, invece, stanno crescendo in modo sostanzioso i siti web dei due principali quotidiani con *L'Unione Sarda* che registra numeri importanti su livelli nazionali.

I numeri nell'Isola oggi

Ai dati del “Rapporto” sull'editoria, possiamo aggiungere pochi altri numeri solo per dare un'idea concreta dell'attuale situazione in fase di costante evoluzione e relativi al 2013 (fonte Ads e *Prima Comunicazione*). Per quanto riguarda la vendita in edicola e in abbonamento, *L'Unione Sarda* registra una media giornaliera di 49.840 mila copie, che diventano 57.343 con le vendite del giornale digitale (7503).

La Nuova Sardegna fa segnare 44.800 in edicola e 45.970 copie complessive (carta più digitale con 1170 abbonamenti). Il calo annuale dei due giornali è identico: il 7 per cento.

Diminuiscono le copie, ma aumentano i lettori

Diminuiscono le copie, mentre aumenta il numero dei lettori per entrambi i quotidiani sardi. La terza rilevazione (tra settembre e dicembre) fatta dall'Audipress nel corso del 2013, infatti, mette in evidenza per *L'Unione Sarda* un aumento di 23 mila lettori al giorno con un incremento percentuale del 5,8% rispetto al periodo precedente. La società che si occupa di analizzare i dati relativi ai lettori (*readership*) effettua tre rilevazioni nel corso dei dodici mesi: una tra aprile e luglio, una tra luglio e settembre e una da settembre a dicembre. Ebbene: *L'Unione Sarda*, tra settembre e dicembre 2013, è stata letta quotidianamente da 421 mila persone contro le 398 mila di maggio. Un incremento che pone il quotidiano sardo in controtendenza rispetto alla media dei giornali italiani, che fanno registrare un calo di lettori, anche se tra settembre e dicembre è stato meno accentuato rispetto alle rilevazioni precedenti.

Tra i quotidiani nazionali, per esempio, in risalita anche *Gazzetta dello Sport* e *Repubblica*, mentre scende *Il Corriere della Sera*. In crescita anche i lettori della *Nuova Sardegna*: l'aumento registrato dalla testata sassarese tra settembre e dicembre è stato di 14 mila lettori (+4,6%), passando da 304 a 318 mila.

Analizzando i dati si nota che nel 2012 *L'Unione* fece registrare una media giornaliera di 363 mila lettori, contro 304 mila della *Nuova*. Significa che alla diminuzione delle vendite non corrisponde un calo dei lettori, al contrario: per *L'Unione* sono aumentati (nel 2012 la media è stata di 363 mila) del 9,8 per cento, per *La Nuova* invece un calo c'è stato del meno 3,5 % (erano 304 mila).

Il dato medio dell'*indice di lettura* (il numero di lettori per una copia) per i due quotidiani sardi, relativo all'anno 2013, che si ottiene appunto dividendo il numero complessivo di lettori giornalieri per il numero delle copie vendute al giorno, come detto poco sopra è praticamente uguale e pari a 6,5 lettori per copia.

L'*indice di penetrazione* (il numero delle copie diffuse ogni mille abitanti) in Sardegna risulta alto rispetto ad altre regioni del centro-sud: 120 copie. Mentre la media nazionale è 193,8 copie. Tanto per rendere l'idea, a guidare la “classifica mondiale” di lettori di quotidiani è la Danimarca con 766 copie per mille abitanti, seguita da Giappone (631), Svezia (625), Norvegia (601), Finlandia (561), Svizzera 554. La Gran Bretagna fa segnare 385, la Germania 300, gli Stati Uniti 259, la Spagna 242 (dati Wan, “World Press Trends 2007”, riferiti al 2008). Non sappiamo di Cina e India, paesi emergenti nell'economia globale e con un potenziale enorme di lettori in proporzione alla popolazione.

Tutti i numeri sono in continua evoluzione, in assoluto in senso negativo rispetto al passato, per cui ogni segnale di ripresa o persino di tenuta nei vari indicatori viene vista con soddisfazione e ottimismo. Le statistiche, sin qui citate, mostrano un quadro sintetico del momento che la stampa sta attraversando, ma uno studio scientifico si potrà fare solo confrontando numeri definitivi sul breve, medio e lungo periodo. Un discorso da fare in altra sede e che merita uno studio specifico.

Ultimi sviluppi

A gennaio 2014 il panorama è sempre in fibrillazione, ancora in senso negativo. Il terzo quotidiano dall'estate è uscito di scena, sospendendo le pubblicazioni. I due principali quotidiani continuano a perdere copie, mentre migliorano in crescendo i risultati dei rispettivi siti web. Questo fenomeno e le realistiche previsioni per il futuro portano i management delle due testate regionali a pensare e a mettere in pratica rapidamente

nuovi progetti di riorganizzazione redazionale, di grafica, stampa e distribuzione. L'obiettivo è quello di resistere alla crisi, ma soprattutto di delineare un modello di giornale per l'immediato futuro abbattendo le spese (personale giornalistico e poligrafico, costi vivi per la stampa e le redazioni locali) con economie a 360 gradi e inevitabili tagli. I "sacrifici" pesano fortemente sulle redazioni, ma è dalla riorganizzazione interna che deve partire un Piano di "resistenza" e rilancio.

Così *La Nuova Sardegna* taglia drasticamente le edizioni, riducendo al minimo la redazione di Cagliari, mentre *L'Unione Sarda* a Sassari e a Olbia lascia solo uffici di corrispondenza. Troppo costose le vecchie redazioni, in rapporto al numero di copie effettivamente vendute e agli incassi pubblicitari sempre in discesa. In pratica si ritorna ad un'antica divisione territoriale per limitare i costi a fronte di costanti perdite di copie e di pubblicità. Entrambe le testate si pongono obiettivi molto simili: rinsaldare le proprie radici locali, fidelizzare i vecchi lettori e puntare sui giovani, approfondire le novità tecnologiche e i temi più attuali come il lavoro, affezionare il pubblico femminile e sportivo.

La Nuova Sardegna, su direttive romane del Gruppo *Espresso-La Repubblica*, procede a un restyling grafico e avvia alcune iniziative di supplementi. Per *L'Unione Sarda* l'inizio del 2014 coincide con un fatto epocale: la riduzione del formato del giornale che abbandona il secolare foglio grande per un più agile e moderno tabloid tipo "Berliner". La riduzione non è indolore e semplice, al contrario è molto impegnativa perché comporta l'acquisto e la messa in funzione di una nuova rotativa nel Centro stampa di viale Elmas. L'ingegnere cagliaritano Giuseppe Andretta, che ha vissuto per quarant'anni tutti i cambiamenti tecnici in qualità di direttore tecnico, su indicazioni dell'editore Sergio Zuncheddu e del management del Gruppo, compie il "miracolo" in pochi mesi. Acquistata la rotativa in Inghilterra, viene montata a tempo di record e da metà gennaio escono le prime copie dell'*Unione* formato "Berliner". Il quotidiano cagliaritano, grazie alle professionalità interne di qualità ed esperienza, apre una nuova epoca. Dietro le quinte c'è il lavoro "oscuro", ma determinante, dell'amministratore delegato Pier Vincenzo Podda, del direttore commerciale Gianfranco Mele e del system-manager grafico Renato Belloli che hanno vissuto con Andretta tutti i rinnovi della testata dagli anni Ottanta ad oggi, rendendo possibili le indicazioni degli editori e della decina di direttori che si sono succeduti alla guida della testata nel trentennio.

L'Unione Sarda sotto la direzione del giovane e dinamico direttore

Anthony Muroni, rinnovato nella grafica e nell'impostazione, ridisegna l'organizzazione e la presenza nel territorio, puntando – come nella tradizione storica della testata – ad essere sempre più un quotidiano regionale con un'unica edizione *full color* rinforzata nelle cronache locali (tra 56 e 64 pagine al giorno).

A questo sforzo redazionale si accompagna un progetto di sinergie con il sito web, le radio e le Tv del Gruppo. Il formato ridotto porta a lavorare su pagine monografiche o quasi, puntando su approfondimenti, commenti, reportage ed inchieste. Inoltre prevede una serie di supplementi o inserti a tema, per dare quel valore aggiunto del giornale cartaceo eroso nelle copie dal *mare magnum* dell'informazione sul web e persino dalle notizie del proprio sito.

Analogo processo coinvolge *La Nuova Sardegna* che segue le direttive nazionali del suo Gruppo in linea con le altre testate locali pubblicate nella penisola. Un fronte comune per superare questa difficile fase del settore.

I due quotidiani sardi, in questa ottica, puntano a consolidarsi sul territorio, concentrando gli sforzi come in passato nelle zone "storiche" di influenza e diffusione: *L'Unione* al centro sud, in Ogliastra e in parte del Nuorese, *La Nuova* nel centro nord, Gallura e Nuoro. In attesa che passi la bufera. Tra fine 2013 e inizio del 2014 le copie di entrambi hanno continuato a calare con alti e bassi preoccupanti rispetto a un passato non troppo lontano (si parla appunto solo di quattro, cinque anni), ma con numeri tutto sommato ancora positivi se confrontati ad una più drammatica situazione nazionale.

Se a perdere decine di migliaia di copie sono state le grandi testate come *Il Corriere della Sera* e *La Repubblica*, in proporzione le perdite dei due giornali sardi lasciano margini di speranza e ottimismo per il futuro. Molto è cambiato e molto continuerà a cambiare e di certo niente sarà come prima. Bisognerà attendere il prossimo "*Rapporto sull'editoria*" per valutare appieno la tenuta o meglio "la caduta" del settore in tutto il Paese.

Ma *L'Unione Sarda* e *La Nuova Sardegna* appartengono al patrimonio storico, culturale, economico e sociale di tutti i sardi. Sono due autentici "monumenti" e come tali vengono visti e sentiti. Il vero problema è quello delle generazioni future, di capire quali saranno le scelte dei lettori di domani (che in realtà è già alle porte) e di sapersi adeguare per tempo, non lasciandosi travolgere dalle rivoluzionarie dinamiche dei news media.

Il web

L'altra faccia della carta stampata sono i siti delle rispettive testate. Qui il campo è in piena evoluzione e per fortuna con numeri estremamente positivi. In mancanza di studi organici e approfonditi recenti, citiamo come esempio e per rendere un'idea i dati riportati dall'agenzia Ansa.

Ad aprile 2013 il sito *www.unionesarda.it*, come emerge dai dati ufficiali di Audiweb, si conferma il primo quotidiano regionale on line in Italia con 76 mila utenti unici e 589 mila pagine viste ogni giorno. Ed è primo assoluto per tempo di permanenza per persona. I dati Audiweb evidenziano che nell'ultimo mese considerato (aprile), ha collezionato di nuovo 25 milioni di pagine viste, è primo assoluto in Italia per la permanenza media per persona: 6 minuti e 23 secondi. Seguono *Repubblica* e *Il Mattino* di Napoli con 6 minuti 19 secondi.

Ad agosto 2013 la testata web dell'*Unione Sarda* è prima in Italia per pagine viste e per tempo di permanenza tra i quotidiani regionali. Con 84 mila utenti unici, *unionesarda.it* si piazza al secondo posto tra i quotidiani regionali in Italia dietro la versione web del *Mattino*, letto soprattutto in una regione popolosa come la Campania. «Un risultato straordinario», tanto più, come scrive Andrea Secchi, il giornalista di *Italia Oggi* che ha curato l'articolo per il quotidiano economico di ClassEditori, «L'*Unione Sarda* batte *Il Mattino* sia per le pagine viste, 777 mila al giorno, sia per il tempo di permanenza medio: 6 minuti 18 secondi».

Alle spalle dell'*Unione* testate web di importanti quotidiani come *Il Gazzettino*, *Il Secolo XIX*, *Il Giornale di Sicilia*, *La Gazzetta del Mezzogiorno*.

A fine dicembre 2013 i dati dell'*Unione* (fonte SHNY STAT che li fornisce anche ad Audiweb) sono i seguenti: utenti unici giornalieri 139.427; utenti unici mensili 2.048.295; pagine visitate al giorno 740.990; pagine visitate nel mese 22.970.702.

Buone performance segna anche il sito *www.nuovasardegna.it* del quotidiano sassarese. A fine dicembre 2013 fa registrare: 53.467 utenti unici giornalieri; 1.030.384 utenti unici al mese; 215.451 pagine visitate al giorno e 6.679.000 pagine viste nel mese.

Difficile seguire i numeri dei siti web per le continue evoluzioni e per le statistiche fornite dalle società specializzate e dagli stessi editori: un argomento che va seguito con studi e analisi ben più approfonditi e articolati su periodi almeno annuali. Tuttavia, si capisce immediatamente da

questi semplici dati, che è un fenomeno in fase di fortissima espansione che contrasta (o spiega in parte) il calo della carta stampata.

I giornalisti in Sardegna

Alla fine del 2013, dunque, si pubblicano nell'Isola solo due quotidiani con i loro giornalisti e collaboratori. A questi si aggiungono i giornalisti impiegati nei pochi periodici, nelle Tv, nelle radio, nei siti web e negli uffici stampa. In totale si tratta di circa 1800 lavoratori a vario titolo e con diverso inquadramento professionale. Secondo gli ultimi dati dell'Ordine dei giornalisti risultano iscritti:

- 586 professionisti (uomini 410, donne 176), di cui 82 sono pensionati (solo 4 donne). I professionisti in attività sono dunque 504.
- 1376 pubblicisti
- 30 praticanti

Più 118 "non giornalisti" iscritti nell'elenco speciale annesso all'albo per direttori di testate tecniche, scientifiche, professionali.

I giornalisti professionisti e pubblicisti nel 2013 che percepiscono l'indennità sono 66, su 174 iscritti all'elenco dei disoccupati (110 uomini, 64 donne).

Il futuro

Quale sarà, allora, il futuro prossimo venturo? Nessuno oggi è in grado di azzardare previsioni sul medio e lungo termine. Di certo, come abbiamo visto, i due principali quotidiani si stanno attrezzando per far fronte al presente e stanno cercando ogni soluzione. Occorrerà almeno un altro anno, o addirittura due, per capire se le ristrutturazioni in atto avranno dato i risultati sperati, limitando i danni e posizionando le testate su una "linea Maginot" da cui ripartire per la "ricostituzione" di un pubblico di lettori fedeli e soprattutto nuovi. Un problema che riguarda non solo le due testate sarde, ma l'intero comparto della carta stampata. Ma come siamo arrivati a questo punto?

Le cause della crisi

I motivi di questa disaffezione – nell'analisi degli esperti – sono molti e variabili secondo le regioni, i livelli culturali, sociali ed economici. A spaventare gli editori e a far crollare i bilanci delle storiche testate sono senza dubbio due fenomeni cresciuti in forma latente dal 2008 in poi ed esplosi a cominciare dal 2011 con una rapidità davvero imprevedibile: la crisi economica e il diffondersi dei nuovi media. Oggi non è più solo come qualche mese fa e domani non sarà più come oggi. Intendendo per domani il volgere di mesi. La rapidità della crisi e dei cambiamenti a cui devono far fronte tutti i gruppi editoriali, dai maggiori come *Rizzoli-CorSera* ed *Espresso-Repubblica*, alle realtà minori locali come quelle della Sardegna dove anche due testate centenarie si ritrovano ad affrontare l'onda lunga dello tsunami che ha colpito duramente anche la nostra Isola.

La caduta vertiginosa delle copie, a livelli mai visti e neppure immaginabili sino a un paio di anni fa, il tonfo della pubblicità, le nuove abitudini dei lettori, hanno messo con le spalle al muro editori e giornalisti, costringendo i primi a pesanti tagli nella foliazione, nella distribuzione, negli organici, negli investimenti, e ai secondi di dover ripensare al loro modo di lavorare.

Il 2012 ha portato a prepensionamenti in molti giornali italiani (soprattutto nei maggiori), accompagnamenti al pensionamento, cassa integrazione, mancato rinnovo dei contratti a termine che ha colpito in particolare i giovani ritrovatisi nel limbo della disoccupazione e del precariato.

C'è un futuro per gli aspiranti giornalisti che escono oggi dalle università e dalle scuole di giornalismo? Riusciranno i trentenni che già collaborano da diversi anni a coronare il sogno di diventare professionisti, oppure si annuncia un futuro di free-lance e di precariato continuo?

Nessuno si salva

La crisi colpisce l'intera filiera della carta stampata, arrivando sino all'ultimo gradino che è quello tradizionale delle edicole: proprio questa categoria, gli edicolanti, sente maggiormente il peso del crollo delle vendite di tutti i giornali che, tra l'altro, ormai si vendono anche nei supermercati e per strada. Insomma, è tutto un mondo a cui eravamo tradi-

zionalmente legati e a cui eravamo pigramente abituati che sta cambiando verso una strada di non ritorno.

Di fronte a questo quadro a tinte fosche e preoccupante per le sorti dell'editoria nazionale e locale, qualche previsione ottimistica c'è: i giornali non spariranno, sicuramente ne usciranno ridimensionati nella struttura e nella diffusione, ma per il futuro si può ipotizzare una sempre più stretta convivenza tra la carta e i news media. In che modo? È questo il nodo su cui tutti gli editori e i pubblicitari stanno lavorando, mentre ai giornalisti spetterà il compito di ripensare alla loro professione, a un modo più adatto ai tempi di fare il giornale, alla ristrutturazione e alla riorganizzazione delle redazioni.

Capitolo 2

La stampa in Sardegna oggi: giornali, Tv e giornalisti

Per avere un quadro ancor più dettagliato e aggiornato sul panorama regionale del settore dei *media*, è utile ricondursi alla relazione illustrata dal presidente dell'Associazione della stampa sarda, Francesco Birocchi, nel corso dell'assemblea dell'11 gennaio 2014. L'Assostampa è il sindacato a cui fanno riferimento i giornalisti impegnati nei giornali (quotidiani e periodici), nelle radio e televisioni e negli uffici stampa, mentre per scelta degli editori tuttora in aperta discussione col sindacato, i giornalisti che lavorano nel web sono inquadrati in redazione con altri contratti di categoria.

Una scelta – a detta degli editori – per ora obbligata per ridurre i costi e per consentire contratti più agili (la maggior parte a termine) in una fase in cui il web non ottiene sufficienti introiti pubblicitari per autofinanziarsi, a fronte invece di un crescente e costante sviluppo di lettori. Su questo campo, come già accennato, si sta lavorando su entrambi i versanti perché il futuro dei giornali passa inevitabilmente sull'interazione e la sinergia tra carta stampata e internet. Il problema è come fare.

Tutti sono d'accordo che su questo punto editori e giornalisti non sono "nemici", al contrario sono compagni di viaggio sulla stessa barca che deve attraversare il Rubicone della crisi per poi navigare insieme in un mondo nuovo della comunicazione. L'alternativa, in una visione catastrofica ma purtroppo oggi da più parti ipotizzata, è la fine del settore in Italia così com'è attualmente strutturato il prodotto giornale cartaceo: redazioni-centri stampa-distribuzione-edicole/centri vendita.

In una visione ottimistica e auspicabile che confida in un recupero e in una ripresa, di sicuro, tuttavia, nulla sarà come prima e bisognerà ricominciare su nuove basi. Quali? È appunto questo il problema su cui si discute e lavora in prospettiva, proprio per scongiurare il disastro. Se non ci sarà un ricambio generazionale nella categoria con assunzioni fresche, oltre all'invecchiamento della categoria, si apriranno voragini nei conti dell'Inpgi (l'Istituto di previdenza dei giornalisti). Diminuiranno i giornalisti che pagheranno contributi e, di conseguenza, si esauriranno i fondi per le pensioni di chi si è già ritirato. Ma non ci saranno neppure più

pensionati in un futuro senza giornalisti contrattualizzati regolarmente. Insomma, un quadro drammatico, ma che va visto nell'insieme dell'attuale panorama economico e politico italiano che oggi fa acqua da ogni parte. Il settore ripartirà, se ricomincerà a marciare il Paese.

Tutti, dunque, sono impegnati a concorrere per trovare soluzioni e per uscire in qualche modo dal tunnel, cominciando a individuare soluzioni per dare un futuro ai nostri giovani. Editori e sindacati si devono confrontare su questo terreno, pensando a salvare i bilanci, a far quadrare i conti, ma soprattutto a mettere le basi per ripartire. Due generazioni di giovani giornalisti rischiano di pagare il conto di questo passaggio epocale: sono quelli che, appena usciti dalle università, si affacciano alla professione con le collaborazioni e con la volontà di voler intraprendere questo lavoro. E sono quei quaranta-cinquantenni che già operavano nelle redazioni, ma che si sono ritrovati senza occupazione o precari per la crisi o addirittura la chiusura delle loro testate.

Il problema, sentito profondamente in Sardegna in mancanza di alternative sul mercato, è la ricollocazione di questi giornalisti già esperti e di provata professionalità. A loro fa riferimento il presidente dell'Assostampa nella relazione annuale che traccia un quadro esaustivo della settore alla fine del 2013, profilando gli sviluppi per il 2014 e il prossimo futuro.

«Credo che sia indispensabile poter analizzare lo stato dell'informazione in Sardegna con la serietà che merita una situazione difficile, molto difficile, ma non disperata. Nella consapevolezza che il futuro del giornalismo dipenderà anche da noi. Dalle nostre scelte, dai nostri comportamenti», afferma Francesco Birocchi che delinea un'analisi allarmante e inquietante, ma che alla fine lascia qualche spazio anche all'ottimismo: «Sono certo che, con l'impegno di tutti, il contributo che i giornalisti sapranno dare all'interno delle aziende e attraverso il sindacato, potrà essere ancora una volta determinante per superare lo stato di sofferenza e soprattutto per sostenere politiche editoriali in grado di intercettare le nuove forme di comunicazione e adeguare l'offerta di informazione alle nuove richieste della società».

«Viviamo in un momento di recessione» dice Birocchi: «La crisi economica è generale ed è sotto gli occhi di tutti. Nessuno può negarlo. Ed è altrettanto vero e incontestabile che la contrazione degli investimenti pubblicitari è stata impressionante in questi anni, sia a livello nazionale che locale. Ed ha colpito duramente tutti i mezzi di informazione. Soprattutto quelli che, come le emittenti locali, erano già deboli e sottocapitaliz-

zati. C'è da chiedersi, a questo punto, come hanno reagito le aziende. Che tipo di iniziative hanno preso per contrastare la crisi? Quali idee hanno messo in campo?».

In Sardegna, sino all'entrata dell'era digitale e al precipitare degli introiti della pubblicità (unica fonte di ricavo e quindi di vita in mancanza di "aiuti" pubblici con le leggi per il sostegno all'editoria sempre più ridotti o quasi scomparsi) le emittenti private rappresentavano una bella realtà di pluralismo nell'informazione con i Tg e con produzioni proprie di qualsiasi genere (talk show, spettacoli, approfondimenti, inchieste, etc.).

Videolina, nata nel 1975 tra le prime tv private in Italia, per un trentennio ha brillato nel panorama televisivo regionale con il primato assoluto di ascolti. La stessa Raitre regionale non raggiungeva via etere l'intero territorio isolano, altrimenti coperto quasi completamente da *Videolina* grazie ai propri ripetitori che – tra l'altro – rilanciavano i segnali dei network privati nazionali (*Mediaset*). *Videolina*, senza alcun dubbio, è stata tra le più importanti tv private italiane per indice di ascolti e introiti pubblicitari. Un passato glorioso, ma che ora deve fare i conti con la nuova realtà, colpita dallo sviluppo del satellitare e del digitale, dall'offerta delle tv tematiche e a pagamento (*Sky* e *Mediaset*) che presentano palinsesti onnivori in tutte le fasce orarie del giorno.

Alle cause strutturali del settore radiotelevisivo si aggiungono i comportamenti delle singole aziende che – secondo l'Assostampa – non hanno saputo rispondere in tempo e adeguatamente. A farne le spese *Sardegna 1*, la seconda emittente sarda per anzianità e diffusione, nel 2013 in profonda crisi, a un passo dal fallimento e dalla chiusura. All'inizio del 2014 non si possono prevedere gli sviluppi ed un eventuale salvataggio.

Il caso Sardegna 1

Afferma Birocchi: «L'editore di *Sardegna 1* non era uno qualsiasi. Si chiama Giorgio Mazzella ed è il presidente della Banca di Credito Sardo, istituto che fa parte del Gruppo Banca Intesa – San Paolo uno dei più forti poli bancari italiani, nato dalla privatizzazione del CIS, Credito industriale sardo, creato nel '53 per sostenere l'industrializzazione della Sardegna. Dunque una banca che dovrebbe avere nel suo Dna il concetto di crescita e sviluppo».

Ecco come Birocchi esamina il caso *Sardegna 1* che definisce quanto-

meno «sconcertante». «L'unica vera politica imprenditoriale perseguita con costanza e caparbietà è stata quella del taglio sistematico dei costi fissi: il personale prima di tutto. Nessun rilancio della produzione, nessun investimento sulla qualità, ignorate le nuove piattaforme di comunicazione, nessuna iniziativa commerciale per attrarre pubblicità. Niente di niente. Solo una costante lamentazione per ottenere interventi pubblici per risanare i bilanci. Magari utilizzando i dipendenti (e i giornalisti in particolare) come "scudi umani". E allora via con i licenziamenti collettivi. Provvedimenti poi rientrati solo grazie ad una straordinaria mobilitazione sindacale con Federazione della Stampa, Cgil e Uil, in campo ai livelli più alti. Rientrati però a caro prezzo: la disponibilità di tutti i dipendenti (29 tra dieci giornalisti, tecnici ed impiegati) a subire un contratto di solidarietà al 33 per cento. Con stipendi ridotti dunque, e a singhiozzo da due anni».

«Mazzella – continua l'analisi il presidente del sindacato regionale – nel luglio 2013 ha ceduto la società al prezzo simbolico di 4 mila euro ad un dipendente e sono seguiti altri passaggi societari che di fatto hanno svuotato l'emittente che non ha potuto versare i contributi pensionistici per i propri giornalisti ed è rimasta indietro nei pagamenti degli stipendi. In seguito alle denunce dei dipendenti, sui quali pende lo spettro della chiusura e del licenziamento, indaga la magistratura per chiarire la regolarità amministrativa che ha portato l'azienda sul baratro del fallimento. Per mesi i giornalisti e i tecnici hanno continuato e continuano a lavorare come possono, eroicamente e generosamente perché credono nel loro lavoro e tutti hanno alle spalle decenni di esperienza».

La speranza di un salvataggio e di un rilancio, mentre scriviamo questo saggio ai primi mesi del 2014, sembra molto esigua con una ventina di licenziamenti in atto, ma la battaglia non è finita per far rinascere una ormai "storica" emittente. Qualcuno in futuro ricorderà questa vicenda che ha visto i giornalisti andare in piazza a manifestare e per spiegare alla gente cosa stesse accadendo. Nonostante i licenziamenti e lo spettro di un possibile spegnimento del segnale.

Il quadro delle Tv private

Dalla triste vicenda di *Sardegna 1* al resto del panorama delle emittenti private nell'Isola. Alla fine del 2013 a fare informazione professionale

con giornalisti dipendenti contrattualizzati sono rimaste in cinque: *Videolina* (19 contratti); *Sardegna 1* (10 contratti in bilico!); *Cinquestelle* di Olbia (9 contratti, ma in cassa integrazione al 50 per cento); *Nova TV* di Oristano (4 contratti e tre in cassa integrazione al 75 per cento); *TCS* (2 contratti). In totale nel settore televisivo operano 44 giornalisti contrattualizzati (erano 50 sino a due anni fa). Di questi 22 sono in cassa integrazione o in solidarietà.

A Sassari, scomparsa *Antenna 1*, a fare informazione è rimasta *Telegi*, ma senza alcun contratto professionale. «Da notare – sottolinea Birocchi, dal punto di vista strettamente sindacale – che altre tre emittenti percepiscono contributi ridotti ex legge 448 perché non hanno dipendenti giornalisti, mentre *Cinquestelle* non percepisce i contributi per i giornalisti perché non è in regola con i contributi e *Nova TV* perché non è concessionaria della frequenza di trasmissione. La situazione contrattuale è ancora più ridotta nella radio dopo il fallimento di *Radio press* che aveva due dipendenti giornalisti contrattualizzati».

La carta stampata

La relazione del presidente del sindacato sardo è un documento fondamentale su cui ragionare per ogni discorso sull'editoria nell'Isola, tra presente e futuro. Ecco la sua impietosa radiografia sulla carta stampata.

Dopo il fallimento di *E-Polis* (2011) e di *Sardegna 24* (2012) e la scomparsa dei free press *Sardegna Quotidiano* e *Metro*, sono rimasti sul campo i due quotidiani storici, *L'Unione Sarda* e *La Nuova Sardegna*. Ancora profondamente radicati nel territorio, reggono economicamente alla crisi. Ma il calo di vendite e pubblicità continua inesorabile anche per loro. Indicativamente tra 2011/2012 *L'Unione Sarda* registra -5% di ricavi diffusionali e -17% di pubblicità. *La Nuova Sardegna* ricavi diffusionali -8,2% e pubblicità -15,8%. Secondo i dati di "Prima Comunicazione" la perdita di copie fra ottobre 2012/2013 è stata identica per *Unione* e *Nuova*: -10,8%.

Il bilancio de *L'Unione Sarda* – rileva Birocchi – pur nella difficoltà ad isolarlo all'interno del consolidato del Gruppo, sembra chiudere con segno meno. *La Nuova Sardegna*, invece, chiude il bilancio 2012 con risultati ancora positivi, ma in decisa flessione rispetto al 2011.

Al di là dei bilanci sono però da sottolineare alcune particolarità della

politica editoriale delle due testate che devono preoccupare. La contrazione territoriale. Ha cominciato *La Nuova* portando a compimento nel dicembre 2013 la chiusura dell'edizione di Cagliari. Ora il giornale non ha più le pagine di cronaca del sud Sardegna. Un elemento importante di pluralismo è sparito dal panorama dell'informazione. *L'Unione* ha risposto annunciando la chiusura delle redazioni di Sassari e di Olbia e il ritorno all'edizione unica, con lo stesso effetto sul pluralismo.

«*La Nuova* ha mantenuto l'organico di Cagliari, ma ha trasferito a Nuoro un collega», aggiunge Birocchi: «I colleghi dell'*Unione*, per evitare il trasferimento forzoso, hanno dovuto chiedere il telelavoro, con imbarazzo del sindacato, tendenzialmente contrario a questo tipo di soluzione».

La Nuova ha trasferito da Sassari a Roma la società editrice incorporandola nel gruppo di controllo *Finegil-L'Espresso* e retrocedendola a semplice "divisione" dello stesso gruppo. Dopo una dura lotta sindacale si è arrivati ad un accordo che prevede il potenziamento del web e di alcuni settori, tutelando l'autonomia di una testata che ha 120 anni di storia.

L'Unione nel giugno 2013 ha cambiato direttore. La redazione ha fatto un'apertura di credito significativa approvando a larga maggioranza il suo Piano editoriale che dovrebbe essere attuato nel 2014. Un confronto sindacale è in corso con un accordo in prospettiva potrebbe rappresentare una soluzione di transizione.

A "*L'Unione editoriale*" fanno capo *L'Unione Sarda*, *Videolina* e *VaiTel*. Il sindacato non è ancora riuscito a ottenere un tavolo per capire quale sia il ruolo di quest'ultima società nell'ambito del gruppo. Nata come "Internet Service Provider" ha assunto i giornalisti che lavorano per il sito internet *unionesarda.it*, testata registrata nel 2001 con un suo autonomo direttore responsabile (lo stesso di *Videolina*). Ma il copyright pare di capire, resta in capo all'*Unione Sarda* Spa, cioè al quotidiano storico. A *VaiTel*, inoltre, fa riferimento un numero crescente di contratti giornalistici "Aer Anti Corallo" quasi tutti a tempo determinato e del tutto privi di rappresentanza sindacale.

Il presidente dell'Assostampa, nel tirare un bilancio conclusivo, sostiene che gli elementi di preoccupazione non mancano. «La chiusura delle edizioni di *Unione* e *Nuova* fa ipotizzare una sorta di "disarmo" bilaterale concordato che nuoce al pluralismo e alla completezza dell'informazione. Gli editori hanno proceduto ad un alleggerimento delle redazioni facendo ricorso al prepensionamento incentivato e (nel caso dell'*Unione*) anche al

mancato rinnovo dei contratti a tempo giunti a scadenza. Insomma c'è materia per rinnovare l'impegno sindacale nella vigilanza che le regole vengano rispettate e sul fronte sensibile della tutela della qualità dell'informazione».

«Il sindacato dei giornalisti – aggiunge il presidente – tuttavia guarda con grande interesse all'ammodernamento del sistema. Auspica una politica editoriale che punti sulla qualità dell'informazione, rilanciando i vecchi media, valorizzando i nuovi per un'offerta sempre più aggiornata e completa».

Discorso a parte merita il web. Esistono iniziative molto interessanti dal punto di vista professionale. Passi avanti significativi sono stati fatti nella raccolta pubblicitaria sia nelle aziende editoriali più consolidate (che sono in grado di offrire un prodotto informativo sempre più integrato), sia in alcune delle più giovani iniziative. Ma in queste ultime questi risultati, pur interessanti, non si sono ancora tradotti in risorse in grado di sostenere una contrattualizzazione regolare dei giornalisti che ci lavorano. Un obiettivo che invece è indispensabile raggiungere per ottenere non solo la parità di trattamento fra i colleghi, ma anche, e forse soprattutto, per arrivare a quella certificazione professionale che sola può garantire agli utenti un rapporto di fiducia con i mezzi.

La Rai, gli uffici stampa e i free lance

Ci sono ancora due soggetti sui quali il sindacato fa una importante riflessione. Il primo è il servizio pubblico. La Rai con lo strumento del prepensionamento incentivato di cinque giornalisti su un organico di 26 ha ringiovanito la redazione. Un fatto certamente positivo. Ma il sistema di reclutamento aziendale ha escluso i giornalisti locali dal riassetto dell'organico della redazione sarda. «Urge – rileva Birocchi – una nuova selezione su base regionale che (come è avvenuto nell'ultima selezione di quattro anni fa) consenta anche ai giornalisti sardi più giovani e preparati, di divenire protagonisti dell'informazione regionale del servizio pubblico. Vi è poi l'incertezza che avvolge il futuro della programmazione regionale. L'incarico di direttore di sede è rimasto vacante per oltre cinque mesi e questo ha determinato la scadenza della convenzione con la Regione che ha garantito per anni una produzione di programmi di qualità, anche giornalistici. Il risultato è che due programmisti-registi (su quattro) sono

a “casa”, assieme ad alcuni tecnici e non si sa ancora se e quando potranno rientrare al lavoro».

«Sugli uffici stampa – continua la relazione – le notizie non sono confortanti, in una specializzazione che si sperava potesse aprire nuovi sbocchi occupazionali nell'Isola con l'impiego di numerosi professionisti rimasti fuori dalle poche testate di giornali e Tv. Gli enti pubblici latitano e, a parte quei pochi che hanno già provveduto, gli altri sono ancora privi di uno strumento indispensabile per la trasparenza amministrativa e per il preziosissimo servizio di informazione sull'attività degli enti. In barba alla legge 150/2000 che da 13 anni giace inapplicata. Ma il rapporto informazione-politica è sempre problematico e paga un evidente deficit culturale da parte della classe politica sempre attenta a tutelare i propri interessi elettoralistici e distratta o assente a recepire strumenti legislativi in grado di sostenere le aziende editoriali nella loro indipendenza».

Anche sul lavoro autonomo c'è ancora molto da fare. Il 6 luglio 2013 si è svolta a Sedilo la prima Assemblea regionale dei giornalisti autonomi. Si sono confrontati esponendo problemi e proposte free lance, precari, collaboratori e tutte quelle altre figure raccolte sotto il nome di “giornalista autonomo” per analizzare lo stato attuale della professione in Sardegna e la possibile evoluzione. Nonostante la situazione sia difficilissima e quella del giornalista autonomo sia ancora una professionalità che stenta a far valere i suoi diritti (come accade molto spesso per le professioni a cui si chiede di fare cultura) i giornalisti autonomi sardi, pur non nascondendo l'amarrezza, hanno tirato fuori uno spirito costruttivo, mostrando non solo di voler lottare per il cambiamento, ma portando concrete esperienze di chi non si è arreso ed è riuscito a costruire delle attività in proprio, come quelle di alcune positive realtà imprenditoriali nate nel territorio e specializzate in servizi per l'informazione.

Importanti decisioni e provvedimenti legislativi, che avrebbero potuto aprire nuove prospettive anche per il lavoro autonomo, sono rimasti privi di applicazione. La vecchia legge 22/98 è in gran parte disattesa. Sono rimaste sostanzialmente nel cassetto dell'ultima legislatura tre proposte di legge presentate da più di un anno da forze politiche diverse. «Non ci resta che appellarci – conclude Birocchi – alla nuova assemblea e ai politici che guideranno l'Amministrazione regionale dal 2014. Il sindacato dei giornalisti continua a godere di buona salute, nonostante la situazione economica pesante si faccia sentire. Gli iscritti sono 1436 (erano 1405 un anno fa). Ma c'è una contrazione delle iscrizioni soprattutto da parte dei

giornalisti collaboratori (che corrisponde anche ad un leggero calo nelle iscrizioni all'Ordine). Resta sempre alto (in rapporto alle altre regioni italiane l'indice di sindacalizzazione. E questo costituisce uno stimolo a fare sempre di più e meglio».

Capitolo 3

Il Quotidiano in classe

L'iniziativa "Il Quotidiano in classe" rappresenta a tutti gli effetti un nuovo modo di fare lezione a scuola, un modo peraltro più gradito di quello tradizionale. Lo pensano sia gli insegnanti, sia gli studenti, che sentono avere più protagonismo in classe, si sentono più coinvolti e sono proattivi. Un sondaggio realizzato da Gfk-Eurisko per conto dell'Osservatorio Permanente Giovani Editori di Firenze, per il decennale del progetto (2010-2011), traccia un quadro esaustivo statistico dei risultati dell'esperimento così come emerge dalle risposte di insegnanti e studenti. Un quadro confermato da successivi e più recenti rilevamenti che hanno ribadito l'interesse dei giovani verso i media in generale e anche della carta stampata.

Il progetto in Sardegna viene portato avanti sin dal 2001 grazie a *L'Unione Sarda* che fa parte delle testate fondatrici e sostenitrici dell'iniziativa, insieme al *Corriere della Sera* e negli ultimi anni anche al *Sole24Ore*.

"Il Quotidiano in classe" è ormai inserito a pieno titolo nei calendari scolastici e ciò lo rende di fatto una materia scolastica "istituzionalizzata". «Gli insegnanti – rileva l'indagine – pensano che l'iniziativa abbia un importante valore civile e sociale, che sia un progetto intelligente e lungimirante, che abbia colto l'importanza di avvicinare le nuove generazioni alla realtà quotidiana e al vivere civile e sociale». A questo intento, si aggiunge anche l'opportunità di rendere più attrattive le proprie lezioni, aprendo a una didattica meno teorica e più calata nella realtà di tutti i giorni.

Il format scelto per l'iniziativa contribuisce a far sentire i docenti liberi di agire e operare al meglio delle loro capacità, essendo aperto e flessibile e lasciando ampi margini di azione a ciascun docente.

Tre sono gli scopi del progetto: 1. è un'occasione di *media education*, un modo per formare i ragazzi ad un uso consapevole dei vari mezzi di informazione a disposizione, partendo dal quotidiano; 2. arricchisce la cultura di base dei ragazzi, li accompagna nei primi approcci alla realtà esterna raccontata e interpretata, li aiuta a intraprendere i primi passi verso la cittadinanza; 3. ha importanti ricadute sul piano della didattica,

esercitando i ragazzi a migliorare le proprie capacità espressive e stimolando il loro spirito critico.

Dal sondaggio emerge che il 32% dei docenti parla di esperienza molto positiva, l'88% molto o abbastanza positiva. L'84% condivide finalità e modi, è convinto che l'esperienza si debba ripetere nel tempo e il 31% pensa che debba essere inserito come fosse una materia scolastica vera e propria.

Riguardo agli studenti il sondaggio ci dice che l'83% considera il progetto molto e abbastanza interessante: per una volta allievi e docenti sono allineati nei loro giudizi. Interessanti i dati emersi riguardo al rapporto giovani e media. In primo luogo i giovani riconoscono l'importanza dell'informazione. L'essere informati è ritenuto fondamentale in quanto è importante per parlare con gli altri per sentirsi inseriti nella società (89%) e per l'87% invece è un dovere.

L'interesse alla lettura

Tra i giovani cresce l'interesse per l'approfondimento e la lettura dei commenti oltre che per la notizia in sé (65% contro 37%). Il quadro – sostiene il rapporto Efk-Eurisko – è sostanzialmente confortante: i giovani si informano, ma utilizzano canali alternativi rispetto a quelli più frequentemente usati dagli adulti. Di base i media elettronici vincono sui media cartacei. In ambito informativo (e non solo) la televisione è il medium d'elezione: il 95% dei ragazzi intervistati utilizza i Tg per informarsi, l'84% dichiara di guardarli più volte a settimana. Molti, inoltre, sono coloro che ricorrono anche ai programmi di approfondimento (81%).

Il web rappresenta la seconda fonte di informazione più utilizzata (82%), ma tra i giovani questo numero è in costante crescita a discapito o in aggiunta ad altri mezzi. Oltre la metà degli intervistati dichiara di ricercare informazioni navigando sui vari siti Internet più di una volta la settimana. Carta stampata e radio sono i due canali informativi meno presenti: circa il 50% ricorre al quotidiano almeno una volta a settimana, il 43% alle riviste settimanali.

Analizzando i dati, i ragazzi che partecipano al progetto risultano sopra la media rispetto all'utilizzo di tutti i canali informativi (dalla Tv alla radio), la carta stampata e in particolare i quotidiani, recuperano diversi punti in percentuale in termini di utilizzo tra gli studenti che seguono la

lettura in classe. Questo significa che l'iniziativa nei dieci anni ha riscosso i risultati ipotizzati e sperati, agendo positivamente sull'educazione alla lettura e avvicinando i giovani ai giornali, con ciò generando maggiore assiduità con tutte le fonti e riabilitando la funzione informativa della stampa. Questo dato può essere di gran conforto, nell'attuale panorama di crisi dell'editoria, perché i giovani sono i lettori di oggi, ma soprattutto saranno i lettori del prossimo futuro. Da queste generazioni dipenderà, dunque, la sopravvivenza e il rilancio – se in qualche modo e come auspicabile ci sarà – della carta stampata.

Il sondaggio mette in evidenza alcuni aspetti di come i giovani si rapportino col mondo dei media. I giovani vivono in una realtà sempre più affollata da stimoli e sollecitazioni, ma buona parte di loro non sembra essere a disagio nel gestire la grande mole di informazione da cui vengono inondati. Per i ragazzi l'aspetto più rilevante non riguarda tanto la quantità informativa, piuttosto la "qualità informativa". Il comprendere a fondo le notizie che si ascoltano o si leggono è il bisogno fondamentale dichiarato dagli studenti e anche l'onere più difficoltoso.

Dal sondaggio emergono altre interessanti considerazioni, che devono far riflettere gli addetti ai lavori (giornalisti, editori, docenti ed esperti di comunicazione): i giovani si mostrano sensibili alle questioni dell'attendibilità delle fonti e dell'imparzialità dei mezzi. Traspare fortemente la consapevolezza che la grande massa di informazioni a disposizione non vada accettata acriticamente e che sia opportuno filtrarla adeguatamente. I giovani vivono in una realtà sempre più affollata da stimoli e sollecitazioni, l'attrattività e la sintonia di codici dei media digitali e interattivi sta producendo una redistribuzione del tempo dedicato alle varie attività svolte fuori dall'impegno scolastico. C'è una sostanziale alternanza – conclude il Rapporto – di media tradizionali e nuovi, ma se avanza un minuto meglio "spenderlo" in Rete.

I nuovi media

Il livello di interesse dei giovani è indirizzato verso i media elettronici che prevalgono su quelli cartacei. Il 52% si dichiara molto interessato a utilizzare Internet, l'80% abbastanza interessato. La tv si colloca al secondo posto con il 37% dei molto interessati e il 69% di molto o abbastanza interessati. L'interesse per i quotidiani risulta molto basso e differenziato:

il 20% di chi partecipa al progetto si dice molto interessato contro appena il 6% di chi non segue “Il Quotidiano in classe”, il 59% dei primi si dichiara abbastanza interessato contro il 26% dei non “esposti” all’iniziativa. In conclusione l’educazione alla lettura sin dalle Superiori, cercare di avvicinare i giovani alla comprensione dei quotidiani e abituarli alla discussione, è sicuramente un compito fondamentale per la scuola e un impegno a cui gli editori non potranno sottrarsi.

Sin qui, sulla base del sondaggio ormai datato di un paio d’anni, abbiamo tracciato in quadro complessivo che rende bene l’idea degli interessi dei giovani delle scuole superiori verso i quotidiani, i loro interessi e la propensione alla lettura scegliendo tra l’offerta sempre crescente dei nuovi media. Probabile che nell’arco di tempo trascorso, ripetendo il sondaggio, ci sia qualche cambiamento nei numeri, ma la fotografia della situazione in questo tema è ancora valida e credibile.

La lettura in classe è un argomento importante e da non sottovalutare per gli addetti ai lavori, ma soprattutto da conoscere per due motivi: 1. perché ormai è diffuso nella maggior parte delle scuole italiane e anche nell’Isola; 2. perché, come abbiamo già rilevato in precedenza, ad insegnare e portare avanti la lezione di questa materia nelle superiori sono chiamati i laureati in discipline umanistiche. Dunque, è doveroso per loro avere in quadro complessivo della situazione, conoscere il progetto nella “sua” storia e le finalità, per poter trasferire agli studenti i concetti fondamentali di un’iniziativa che si è ormai affermata ovunque e che, seppure a titolo sperimentale, comincia ad entrare anche nelle università.

Io stesso, durante i miei corsi nella Facoltà di Lettere, ho svolto lezioni o alcuni seminari legati al progetto e ho riscontrato che la maggior parte dei miei studenti aveva fatto questa esperienza nell’ultimo anno delle Superiori. È utile sapere che l’Osservatorio fornisce gratuitamente a tutti i docenti che partecipano al progetto un manuale che ogni anno viene rinnovato con argomenti e impostazioni sempre nuovi, tanto da formare una vera collana (La Biblioteca de “Il Quotidiano in classe”). Inoltre organizza seminari nelle varie regioni e ogni due anni un importante meeting internazionale a Bagnaia (Siena) con la partecipazione di direttori, editori, giornalisti famosi non solo italiani che si confrontano con politici, personaggi del mondo della cultura e dello spettacolo, e soprattutto con docenti e studenti invitati a “gruppi campione”.

La nascita di un’esperienza decennale

Il progetto è nato a Firenze da una semplice idea di Andrea Ceccherini, l’allora trentenne fondatore dell’Osservatorio permanente giovani-editori con sede nel capoluogo toscano. Come racconta lo stesso Ceccherini che ogni anno, dal 2000 in poi, all’inizio delle lezioni scolastiche presenta alla stampa il programma previsto e traccia un bilancio della stagione appena conclusa fornendo dati statistici e notizie sulle novità in linea con i cambiamenti dei tempi. «L’idea da cui nasce il progetto è questa: sviluppare lo spirito critico dei ragazzi, educarli alla cittadinanza fornendo loro, una volta alla settimana, i contenuti dell’informazione di qualità attraverso il contenuto di tre giornali diversi, per dimostrare come la stessa notizia si possa dare altrimenti». Un nuovo modo, insomma di fare educazione civica e di superare quella materia di per sé molto importante, ma da sempre scarsamente considerata nelle scuole, a partire proprio dai docenti che non riuscivano ad interessare e a coinvolgere gli studenti verso la conoscenza della Costituzione italiana, dei diritti civili e dei valori dello Stato.

Alla fine degli anni Novanta Andrea Ceccherini – come ricorda in un articolo del *Corriere della Sera* (2 dicembre 2013, in occasione dell’annuale presentazione del progetto a Milano) – propose l’idea a due grandi gruppi mediatici, Rcs e Poligrafici Editoriale, che decisero di sostenerlo. Poco dopo si aggiungono altri come *il Sole 24 Ore* e *La Stampa*. Da subito il progetto viene accolto e appoggiato dal gruppo *L’Unione Sarda* per diffonderlo nell’Isola col proprio quotidiano. Nel 2004 – continua Ceccherini – l’ulteriore svolta. L’incontro con Giuseppe Guzzetti, presidente dell’Acri, l’organizzazione che rappresenta le Casse di risparmio e le Fondazioni di origine bancaria. Nel 2006 all’iniziativa si uniscono alcune delle più grandi aziende. Infine nel 2013 l’ingresso della Rai nell’Osservatorio.

Il progetto oggi

Nonostante i problemi legati alla crisi del settore dell’editoria e ai tagli conseguenti delle copie, il progetto continua ad andare avanti e a rinnovarsi. Oggi i giornali aderenti sono 17, tra i più importanti nazionali, regionali e locali, le Fondazioni bancarie sono diventate 27 e sette le grandi imprese. I numeri sono importanti: dai 97 mila studenti partecipanti al

primo anno (2000/2001) via via si è arrivati in un costante crescendo ai 2 milioni 21.825 (su 2 milioni 700 mila del totale) supportati da quasi 44 mila docenti per l'anno scolastico 2013/2014. In sostanza oltre il 75 per cento dei giovani italiani che frequentano le Superiori oggi sta prendendo parte all'iniziativa.

«Con questa quattordicesima edizione del “Quotidiano in Classe” – dichiara Ceccherini nel corso della conferenza stampa milanese – vogliamo scuotere una generazione, affinché abbia più coraggio e meno paura, chiamandola a giocare più in attacco e meno in difesa, per essere più protagonista di quel processo di cambiamento, che solo la sua spinta rivoluzionaria, irriverente e anticonformista, può imprimere al Paese. C'è bisogno dei giovani per cambiare, e questo Paese che ha un gran bisogno di essere cambiato, ha più che mai bisogno dei suoi giovani per farlo. Non dobbiamo dimenticarci – conclude nel suo intervento – che si è giovani finché si pensa di poter cambiare il mondo e si smette di esserlo solo quando ci si accorge che il mondo ci ha cambiati».

Numeri record

Durante la conferenza stampa viene rilevato il numero record di iscritti mai raggiunto finora, che fissa un primato di partecipazioni senza precedenti. «Un progetto che ha raggiunto il successo di numeri e di partecipazione in questi anni soprattutto grazie allo straordinario contributo e all'impegno giornaliero di 43.848 docenti italiani, veri e propri attori protagonisti di questa grande impresa civile e sociale. «Sono gli insegnanti italiani che dobbiamo pubblicamente ringraziare per questo straordinario sforzo di crescita delle giovani generazioni» spiega Ceccherini: «Uno sforzo teso ad appassionare i giovani ai grandi avvenimenti del nostro tempo, e a conquistarli al dibattito pubblico del Paese, aiutandoli a maturare una propria opinione».

Per adeguarsi ai tempi e agli interessi emergenti di studenti e docenti, il progetto prevede una dimensione web (www.ilquotidianoinclasse.it) che va ad integrare il progetto cartaceo iniziato ormai più di tredici anni fa nelle scuole secondarie superiori. «La lettura e la discussione in classe di più quotidiani – sostiene Ceccherini – continuerà a consentire ai docenti di aiutare i giovani ad approfondire i fatti e a maturare un'opinione critica sui grandi temi di attualità del momento, mentre sul web gli stessi

giovani avranno l'occasione di rendere pubblica l'opinione maturata, e di metterla a confronto con quella dei loro coetanei, dando voce così nel Paese ad una generazione che fino ad oggi non l'ha mai avuta».

Attorno al “Quotidiano in Classe” e all'Osservatorio Permanente Giovani Editori si è stretta dunque un'inedita alleanza, che rende possibile lo svolgersi dell'iniziativa.

Le 17 testate giornalistiche attualmente coinvolte sono: *Il Corriere della Sera*, *Il Sole 24 Ore*, *La Stampa*, *Il Gazzettino*, *La Nazione*, *Il Giorno*, *Il Resto del Carlino*, *L'Unione Sarda*, *Il Tempo*, *l'Adige*, *La Gazzetta di Parma*, *L'Arena*, *Il Giornale di Vicenza*, *Bresciaoggi*, *La Gazzetta dello Sport* e *L'Osservatore Romano* e *Focus*. «In futuro – auspica Ceccherini – speriamo si possa sempre più allargare il numero degli aderenti in modo di arrivare all'obiettivo finale di coinvolgere l'intera popolazione studentesca delle Superiori e gli Atenei interessati a parteciparvi in qualche modo. Un programma sicuramente ambizioso, dati i tempi, ma i risultati ottenuti in oltre un decennio possiamo tenere acceso il lume dell'ottimismo».

Il progetto in Sardegna

Per quanto riguarda la Sardegna il progetto è legato al giornale di Cagliari. Nel 2009 *L'Unione Sarda* ha celebrato l'anniversario tondo dei 120 anni e in quella stessa data ha tagliato un altro importante traguardo: i dieci anni di partecipazione – insieme alle testate “storiche” e più prestigiose d'Italia – al progetto nazionale.

Nelle scuole dell'Isola con l'autorevole *Corriere della Sera* ogni giorno arriva *L'Unione Sarda*, che è stato – come detto – tra i primi ad aderire alla proposta di Ceccherini. A quella data nell'Isola il progetto aveva raggiunto il 90 per cento delle scuole della provincia di Cagliari e il 60 per cento nella media regionale. In particolare nel 2009 sono state 2514 le classi coinvolte (più 178 rispetto al 2009-2010), con oltre 65 mila alunni e 1500 docenti. In dettaglio nella provincia di Cagliari hanno aderito 836 classi, nel Medio Campidano 178, nella provincia di Carbonia-Iglesias 226, Oristano 237, Nuoro 268, Ogliastra 184, Sassari 280 e Olbia-Tempio 305.

In questo decennio, per conto dell'*Unione Sarda*, ho seguito il progetto partecipando annualmente a numerosi incontri nelle classi o nella nostra sede che spesso ha ospitato seminari per insegnanti organizzati dall'Os-

servatorio. Ovunque ho trovato studenti attenti e curiosi di confrontarsi con un “vero” giornalista nella lettura dei quotidiani. Ho incontrato, inoltre, docenti preparati e appassionati all’iniziativa, capaci di coinvolgere i loro alunni in una discussione che apriva il discorso ai temi più vari. Docenti nella quasi totalità – sottolineo – autodidatti sulla materia, non avendo alcuno studio specifico nei loro *curricula* e nei loro studi universitari. Particolare che deve far riflettere sull’importanza di discipline “tecniche” e specialistiche da inserire nei programmi dei Dipartimenti di studi umanistici per quanto riguarda il settore della comunicazione *tout court*.

Per un anno (nel 2007) *L’Unione Sarda* si è prestata a un positivo esperimento che ha consentito agli studenti di una scuola, in ciascuna provincia, di realizzare un’autentica pagina del quotidiano, scritta, titolata e completata con fotografie scattate dagli stessi ragazzi. Alla fine è stata pubblicata nelle edizioni locali, tanto che molti lettori, non attenti al distico in cui si spiegava che si trattava di una pagina “speciale”, non hanno notato la differenza!

Questo lavoro didattico è stato fatto ovviamente con l’appoggio dei giornalisti di ciascuna redazione e con il coordinamento del docente. Altre scuole, invece, hanno svolto analoghe esperienze realizzando nelle nostre redazioni periferiche supplementi speciali pubblicati nelle edizioni locali de *L’Unione Sarda*. Questi supplementi hanno consentito, tra l’altro, l’aumento della diffusione nell’area territoriale raggiungendo un bacino di lettori da cui provenivano gli studenti-giornalisti.

Altre iniziative è stato possibile svolgere e nuove in futuro è auspicabile che si possano progettare con il coinvolgimento delle scuole. L’obiettivo è duplice: avvicinare ed educare sempre più i giovani alla lettura dei quotidiani e consolidare la diffusione del giornale nel territorio.

Purtroppo l’attuale crisi del settore ha costretto *L’Unione Sarda* e lo stesso *Corriere della Sera*, in questo contingente periodo, a consistenti tagli nella distribuzione gratuita delle copie e a ridefinire la distribuzione geografica. Un sacrificio inevitabile per i costi, ma la speranza è di ripartire con un nuovo slancio e nuove iniziative.

Il Giornale in Ateneo

Seguendo analoghi progetti nella penisola, l’Università di Cagliari si è inserita a pieno titolo nella fase sperimentale de “Il Giornale in Ate-

neo” che si svolge in 74 sedi italiane. In contemporanea con i miei corsi di “Teoria e tecnica del linguaggio giornalistico”, nella Facoltà di Lettere ho tenuto alcuni seminari utilizzando ancora una volta *L’Unione Sarda* e il *Corriere della Sera* come strumenti di studio. Per gli studenti è stata l’occasione anche di visitare la sede della redazione e del centro stampa dell’*Unione* in modo da vedere dal “vivo” il lavoro di un quotidiano, dalla realizzazione dei testi e delle pagine sul sistema sino alla fase conclusiva della teletrasmissione e dell’uscita dalle rotative. A detta degli studenti un’esperienza appassionante e molto utile per capire in pratica quanto sia impegnativo e complesso il prodotto-giornale.

È auspicabile, considerato l’interesse dimostrato dagli studenti e l’alto numero di partecipanti provenienti anche da altre facoltà o corsi di laurea dello stesso polo umanistico, che nella nuova organizzazione per Dipartimenti questa esperienza possa essere ripetuta con costanza annuale attraverso seminari o laboratori. La teoria, per quanto supportata dalla tecnologia dei media, non può essere più disgiunta dalla pratica a cui poi tutto è finalizzato con la speranza che per questi giovani si aprano nuove prospettive lavorative più consone ai tempi e al mondo del lavoro. Un mondo, come abbiamo visto, colpito profondamente dalla crisi e in fase di grandi cambiamenti che hanno rivoluzionato il lavoro di tutti. Questi giovani che escono dalle università hanno bisogno di “sapere”, ma soprattutto devono ricevere conoscenze e strumenti per capire come muoversi nel settore lavorativo in cui andranno ad inserirsi.

Capitolo 4

Guida alla bibliografia

Sulla storia dei quotidiani sardi, sullo sviluppo delle nuove tecnologie e del web, ritorneremo nei prossimi capitoli. Su questo argomento esistono ormai numerosi studi scritti da validi storici che hanno approfondito gli aspetti della stampa in Sardegna dalle origini alla seconda metà del Novecento. Dai loro fondamentali lavori emerge lo spaccato politico, economico e sociale dell'Isola, inquadrato nel volgere degli avvenimenti che attraversarono la Sardegna dal Regno sabaudo all'Unità d'Italia, dalla Grande Guerra al Fascismo, dal dopoguerra agli anni del boom economico, dal Piano Marshall e dalla sconfitta della malaria grazie all'intervento americano al primo Piano di Rinascita, dall'epoca della petrolchimica di Rovelli alla modernizzazione con lo sviluppo del turismo e il mito della Costa Smeralda.

Con l'eccezione di articoli giornalistici usciti sulla stampa locale e specializzata (*Prima Comunicazione*, *Sole24Ore*, etc.) gli studi accademici e specialistici si fermano alla fine degli anni Novanta, quando proprio in Sardegna si sono registrati eventi importanti nel campo dell'editoria, come la nascita e la "morte" di nuove esperienze editoriali, alcune davvero rivoluzionarie. Una fra tutte: il fenomeno di Video On Line, il primo provider di internet italiano, che ha consentito all'*Unione Sarda* di entrare nel web e di essere il primo quotidiano italiano presente nel nuovo mondo del www.

Questo fatto eccezionale viene citato nei manuali di giornalismo e nei libri sull' "editoria 2.0", ma sempre sbrigativamente, limitandosi a poche righe e rapide sintesi. Appena riconosciuto il primato di questo giornale regionale, che pur ha la sua storia secolare e che negli anni Novanta sperimenta con successo diversi passaggi tecnologici all'avanguardia in Europa e innovativi in Italia, gli studiosi si dedicano poi ad esplorare e analizzare lo sviluppo dei siti dei grandi gruppi nazionali (*La Repubblica - Corriere della Sera - La Stampa - Sole24Ore*).

Per questo motivo, per colmare una lacuna lasciata anche dai manuali a respiro più ampio, e non ultimo per rendere giustizia a quei pionieri (editore, tecnici, giornalisti) che aprirono la pista ai grandi e potenti gior-

nali nazionali, dedicheremo un approfondimento all'esperienza di VOL. Come giusto che sia, l'Università di Cagliari ha già registrato due lavori in questo senso: la tesi di laurea in Lettere della studentessa Alice Strano e un saggio del ricercatore Andrea Corda.

Attraverso interviste ai protagonisti di allora, il recupero dei principali articoli pubblicati dallo stesso quotidiano che raccontava passo passo gli esperimenti, le novità, i primi successi e cominciava a prefigurare l'esplosione della comunicazione globale che sarebbe avvenuta da lì a pochi anni, Alice Strano restituisce un quadro completo di un eccezionale biennio. Andrea Corda allarga il tema al confronto nazionale. Due saggi da cui gli storici del futuro dovranno partire e non potranno non tenerne conto quando si tratterà di scrivere una più completa storia dei quotidiani italiani nel web.

Sin d'ora è doveroso che i giovani studenti sardi e chi si trovi a parlare di giornalismo in Sardegna nel Terzo millennio, conoscano a fondo il pionieristico fenomeno di VOL e sappiano dove rintracciare fonti ben documentate e di prima mano. Certo, una tesi e un saggio per una rivista digitale, sono prodotti editoriali di nicchia (la prima non facile da reperire e consultare), ma è auspicabile che prima o poi qualcuno pubblichi un libro complessivo e magari un ebook.

Per quanto riguarda lo sviluppo sul web del quotidiano sassarese è utilissima la tesi di laurea realizzata da Alessandro Fanari "*Lanuovasardigna.it: analisi e statistiche del nuovo sito internet*", Facoltà di Scienze Politiche di Sassari, corso di Scienza della comunicazione. Approfondisce il tema specifico e affronta un discorso complessivo sullo sviluppo dell'editoria digitale nell'Isola.

Ritornando a quanto accennato sopra, esistono numerosi saggi su giornali e giornalismo in Sardegna. Partiamo da un volume importante, purtroppo esaurito da tempo, ma che meriterebbe una ristampa con aggiornamento. È il prezioso lavoro realizzato da Rosario Cecaro nel 1998 per i tipi della Edes di Sassari: "*I giornali dei sardi, Guida breve alla lettura del quotidiano*". Cecaro, giornalista professionista che prima di approdare alla Rai visse l'esperienza di *Tuttoquotidiano*, è stato tra i fondatori e i docenti del Master biennale di giornalismo presso l'Università di Sassari. Il volume si presenta come un vero manuale di giornalismo, dedicando una seconda parte alla storia del giornalismo nell'Isola, dall'Ottocento alla prima metà degli anni Novanta. Ricco di tabelle e numeri, fotografa l'evoluzione della stampa regionale. Particolarmente curata la sezione dedicata alla biblio-

grafia, tuttora fondamentale per chi si appresti a studiare o a scrivere qualcosa sul tema e che riprendiamo in questa sede poiché i libri, gli articoli e i saggi elencati dall'esperto collega (a lungo capo della redazione Rai di Sassari) sono quelli a cui far riferimento oggi come in un futuro.

Sempre di Rosario Cecaro è il più recente *“Industrie culturali, dai giornali di Rovelli alle tecnologie digitali. La Sardegna terreno di sperimentazione”* (Edes, 2009) che traccia un ampio profilo storico degli eventi nell'editoria dagli anni Sessanta al Duemila, con uno sguardo agli aspetti economici e sociali. Filo conduttore è il fenomeno dell'industrializzazione dell'Isola con le fabbriche della chimica e quindi il cosiddetto processo di “rovellizzazione”. L'industriale brianzolo in un ventennio gettò le basi del suo impero proprio in Sardegna cercando il consenso pubblico col monopolio della stampa e i favori della classe politica locale e nazionale. Cecaro ha vissuto in prima persona come giornalista della *Nuova Sardegna*, di *Tuttoquotidiano* e poi di *Rai Regione* il ventennio di grandi cambiamenti, anche tecnologici. Nel volume passa in rassegna le varie fasi delle vicissitudini della carta stampata, ma poi il racconto prosegue con la nuova avventura delle radio e televisioni private, infine con i cambiamenti epocali della Rai. Tutto ciò che accadde in Sardegna, ma visto nel complesso panorama nazionale poiché i veri giochi politici e finanziari si svolsero tra Roma e Milano. Un capitolo lo dedica alla scoperta di internet e alla clamorosa esperienza dell'*Unione Sarda* e di Video On Line. Fondamentale, per inquadrare gli eventi dei media, tra gli anni Settanta-Novanta la parte in cui illustra e spiega le varie leggi sulla stampa e sulla disciplina dell'emittenza pubblica e privata che portarono al duopolio Rai-Mediaset, ma che soprattutto contribuirono al salvataggio del settore editoriale a un passo dal collasso a cavallo dei primi anni Ottanta, con la crisi del *Corriere della Sera* minata dallo scandalo della P2 e da una voragine economica di 150 miliardi di allora. Un libro, questo di Cecaro, dettagliato e completo.

Non sono molti, in verità, gli specialisti dell'argomento ed è loro il merito di aver raccolto e studiato le fonti e i vecchi giornali. Ed ecco i saggi di Manlio Brigaglia, docente di Storia contemporanea a Sassari, eclettico pubblicista, attuale opinionista della *Nuova Sardegna*, curatore e prefatore di numerosi volumi, un vero e infaticabile “caposcuola” a cui fanno riferimento da oltre quarant'anni editori, ricercatori, studenti e giovani giornalisti.

In particolare due storiche si dedicano allo specifico tema con alcune importanti monografie. Laura Pisano, docente di Storia del giornalismo

presso l'Ateneo di Cagliari, traccia un quadro complessivo e analitico con i volumi *“Stampa e società in Sardegna dall'Unità d'Italia all'età giolittiana”* (Guanda, 1977), seguito nel 1986 da *“Stampa e società in Sardegna dalla Grande Guerra alla costituzione della Regione”* per Franco Angeli.

Giuseppina Fois, docente dell'Ateneo sassarese, ha avuto il compito di scrivere il capitolo *“Giornali e giornalisti”*, sintetica e chiara ricostruzione della stampa nell'Isola dall'Ottocento agli anni Novanta, nel primo volume de *“La Sardegna, Enciclopedia”* edito da Della Torre nel 1994, a cura di Manlio Brigaglia. Ovviamente il limite di questo saggio è che si ferma a vent'anni fa, un periodo come vedremo in queste pagine ricco di fermenti editoriali epocali, se non rivoluzionari.

Della stessa Fois, insieme a Elisabetta Pilia, *“I giornali sardi 1900-1940”* sempre per Della Torre (1976), un esauriente catalogo della stampa periodica isolana. Per avere un quadro storico completo ecco il saggio a più mani di Rita Cecaro, Giovanni Fenu e Federico Francioni, che, per conto della Regione Sarda, nel 1991 hanno pubblicato *“I giornali sardi dell'Ottocento”*, un panorama della stampa periodica dai primi fogli e gazzette del Settecento sino alla fine del diciannovesimo secolo quando uscirono i primi veri quotidiani. Il certosino lavoro comprende il catalogo di tutti i periodici conservati nella Biblioteca universitaria di Sassari.

Esistono alcuni studi sui periodici usciti alla fine della Seconda guerra mondiale e che caratterizzarono il dibattito politico tra il 1945 e i primi anni Cinquanta. In particolare citiamo il lavoro di riordino della collezione de *Il Solco* (la voce del Psd'Az) a cura di Maria Rosa Cardia, docente di Storia della Facoltà di Scienze Politiche di Cagliari.

Sulla storia dei due maggiori quotidiani sardi esistono alcune monografie e numerosi supplementi pubblicati dalle stesse testate in occasione dei rispettivi centenari e anniversari tondi. Così nel 2009, *L'Unione Sarda* celebra i suoi 120 anni donando ai lettori il volume curato da Gianni Filippini, autorevole firma del giornalismo sardo, per oltre mezzo secolo testimone in prima fila di tutti gli eventi dell'editoria come cronista, responsabile delle pagine culturali, direttore per un decennio e ancora oggi presente in qualità di opinionista e direttore editoriale. Autentico maestro per generazioni di giovani cronisti e riferimento obbligatorio nel mondo dell'editoria regionale, è il “deus ex machina” della *Biblioteca dell'Identità* de *L'Unione Sarda* che, da oltre un decennio pubblica libri, carte tematiche, dizionari enciclopedie, video, Dvd e Cd, tutti dedicati alla Sardegna sotto ogni aspetto (dai romanzi ai saggi storici, dalla ristampa

anastatica dei “*Quaderni del carcere*” di Antonio Gramsci, in collaborazione con l’Istituto nazionale dell’Enciclopedia Treccani, all’opera omnia di Grazia Deledda). Sino alla fine del 2013 ha pubblicato 48 collane vendendo in abbinata al giornale sei milioni e mezzo di libri e prodotti collaterali. Un successo enorme che ha portato nelle case dei sardi il meglio della narrativa e della saggistica, contribuendo in modo determinante al diffondersi della lettura nell’Isola in un momento di grave crisi anche per il settore librario.

I cosiddetti “prodotti collaterali” vengono venduti, a basso prezzo, insieme al quotidiano con lo scopo primario di sostenere la diffusione, ma nel tempo si sono trasformati in tutti i giornali italiani in una parallela attività editoriale con una programmazione articolata e un grande impegno economico.

Per *L’Unione Sarda*, come per *La Nuova Sardegna* che si è mossa con analoghe iniziative, si tratta di milioni di copie di “prodotti” venduti. Una voce importante nei loro bilanci, ma al di là dell’aspetto industriale, emerge l’eccezionale risultato di diffondere capillarmente – proprio attraverso le edicole e l’acquisto diretto – il patrimonio culturale e letterario dell’Isola, raggiungendo un vastissimo pubblico di lettori impensabile con le tradizionali vie della distribuzione. Tanto che le case editrici si sono dovute adeguare alla “formidabile” concorrenza puntando alle edicole e ora alla vendita on line.

Dopo questa breve, ma ritengo utile parentesi, torniamo al volume di Filippini su *L’Unione Sarda*, il più completo e attuale lavoro sul giornale, col ricordo di tutti i direttori che si sono succeduti nel tempo, dei proprietari che hanno consentito tra luci e ombre di pubblicare e far diventare un grande giornale quel foglio di due pagine uscito a fatica nel 1889, di giornalisti e poligrafici che lo hanno fatto vivere sino ad oggi, spesso in situazioni difficili e persino drammatiche come durante l’ultima guerra. Un libro, che riporta i contributi di storici quali Laura Pisano, Stefano Pira e Paolo Fadda, a cui chiunque dovrà far riferimento nei futuri studi.

Per gli specialisti un’importante opera in due volumi è la “*Storia e scritti dell’Unione Sarda (1889-1958)*” di Giuseppe Della Maria. Finita di stampare nel 1968 presso gli stabilimenti tipografici della SEI (Società Editoriale di Cagliari) è stata pubblicata solo in 500 copie numerate e firmate dallo stesso autore, quindi una vera rarità. Si trova di tutto, con un meticoloso ordine storiografico: inventari, repertori, periodici bibliografici sulla Sardegna, lineamenti storici sulla vita e l’attività de *L’Unione*,

note sulla stampa periodica. Un lavoro impressionante di ricerca e compilazione.

Sulle vicende del quotidiano cagliaritano a metà anni Novanta, infine, un agile pamphlet della Cuec (“*DisUnione sarda*”, 1997) a cura di Mario Argiolas, Paolo Lusci e Pietro Storari: raccoglie dieci interventi, tra analisi e interviste, di giornalisti, docenti e sindacalisti che tracciano un quadro dei gravi problemi dell’informazione che i media (stampa, tv e radio) stavano attraversando in quel periodo.

Su *La Nuova Sardegna* il saggio di Giuseppina Fois in “*Archivio sardo del movimento operaio, contadino e autonomistico*”, n. 4/5 del 1975. Per i tempi recenti torniamo alla penna (come si diceva una volta) di Manlio Brigaglia con un lungo articolo sull’*Almanacco di Cagliari* del 1995, in cui traccia la storia del quotidiano sassarese dalla nascita alla fine degli anni Ottanta.

Un prezioso contributo alla ricerca storica viene svolto annualmente dall’*Almanacco di Cagliari*, pubblicato dal lontano 1964 da Vittorio Scano, editore-giornalista-direttore e autore egli stesso di inediti lavori storici che, nel tempo, ha saputo coinvolgere attorno alla sua testata una incredibile rete di validissimi e autorevoli collaboratori. Il problema è che *L’Almanacco* non è numerato a causa della sua organizzazione editoriale che gli consente di aggiungere servizi e pagine pubblicitarie sino al momento di andare in stampa. Così l’unico modo per rintracciare un articolo è sfogliare pazientemente gli indici di ciascun numero dell’intera collezione.

Sull’evoluzione dei giornali sardi, anche dal punto di vista industriale e tecnologico, si possono rintracciare gli articoli di Vittorio Scano “*Dal torchio alla fotocomposizione*” (1982), l’articolo sull’esperienza di *Tuttoquotidiano* (1978) e poi i diversi scritti dell’indimenticata Tiziana Olivari (1988, 1989, 1990, 1993). Scomparsa prematuramente nel 2012, è stata una stimata dirigente del Ministero per i Beni culturali e della Biblioteca dell’Università di Sassari, docente in numerosi corsi specialistici di formazione. Ha lasciato alcuni saggi sulla storia della stampa e dell’editoria, tra cui “*Iniziativa editoriali in Sardegna tra sardismo e sardo-fascismo*” (in “*Stampa e piccola editoria tra le due guerre*”, Franco Angeli, 1997).

Per i giovani aspiranti giornalisti può essere utile il saggio dello studioso Andrea Corda, collaboratore della cattedra di “Storia del giornalismo” dell’Ateneo cagliaritano, sulle scuole di giornalismo in Italia. Una guida dettagliata, ma anche questo lavoro deve fare i conti con la rapidità dei cambiamenti in atto nel settore e nell’università italiana. Il Master bien-

nale promosso dall'Ateneo di Sassari e descritto nel volume risulta attualmente sospeso (2013-2014) in attesa di trovare una nuova fisionomia e collocazione.

Tutte le informazioni sui giornalisti e la stampa sarda sono reperibili nei volumi annuali de "L'Almanacco della Stampa sarda" che purtroppo ha sospeso le pubblicazioni. La collezione dal primo (1960) all'ultimo numero (2011) è disponibile presso la sede regionale dell'Ordine dei giornalisti e dell'Assostampa, in via Baroni Rossi 29, a Cagliari. L'ultimo volume riporta il Contratto nazionale dei giornalisti, scaduto ma sempre in vigore essendo ancora aperto il confronto tra la categoria e gli editori. Ogni numero dell'Almanacco presenta un saggio a tema ed è dunque una "miniera" per i ricercatori che vogliono affrontare i temi della stampa nell'Isola a partire dagli anni Sessanta. Una fonte importante, seppure particolarmente specialistica e diretta agli addetti ai lavori: riporta gli elenchi dei giornalisti iscritti all'Ordine, di tutte le testate attive nell'Isola, uffici stampa e agenzie, leggi, norme, contratti, atti di convegni e pubblica interessanti relazioni a tema riguardanti il settore regionale dell'editoria a 360 gradi. Dunque, non solo carta stampata, ma Tv, radio e il nuovo mondo di internet. Il sito www.odg.sardegna.it presenta tutte le informazioni, le news e i link utili per la ricerca.

Come pure è di fondamentale importanza il sito della Federazione nazionale della stampa www.fnsi.it nel quale è possibile trovare anche le "Carte" deontologiche quali la Carta di Treviso (riguarda la tutela dei minori), la Carta di Roma (i migranti), la Carta dei diritti e dei doveri, tutte le leggi e le norme che disciplinano il lavoro giornalistico e l'attività pubblicistica *tout court*.

Le biblioteche

Chi si accinge a una ricerca o soltanto vuol consultare un quotidiano deve sapere che non è un lavoro semplice. Ovviamente i punti di riferimento sono le biblioteche pubbliche, in particolare le Biblioteche universitarie di Cagliari e di Sassari. Nel capoluogo anche le biblioteche del Comune e della Provincia, la biblioteca della Camera di commercio e la Mediateca Mem di via Mameli, hanno a disposizione l'emeroteca con le raccolte dei giornali sardi. Anche in altre città e paesi dell'Isola esistono emeroteche presso biblioteche pubbliche e istituzioni varie, ma qui il ri-

cercatore si deve armare di pazienza e indagare "porta a porta". Inoltre sono previsti tariffari per ciascuna riproduzione e bisogna rispettare le norme sul copyright.

Non esiste, per quanto ne sappia, una guida o un volume dettagliato sull'argomento. È auspicabile che in questo senso si indirizzino gli studenti dei due atenei sardi con una o più tesi che vadano a colmare questa lacuna sulla conservazione e valorizzazione dei giornali e in particolare dei quotidiani pubblicati nell'Isola.

In questo campo il vero problema è la consultazione e la copia delle pagine. Per sua natura il giornale di carta è un prodotto prezioso e facilmente deperibile per il tempo e l'usura. Una volta strappato, consumato o danneggiato, si rischia di perderlo definitivamente. Un danno irreparabile soprattutto quando le copie sono poche o spesso uniche.

Tanto per capirci ricordo un episodio significativo. *L'Unione Sarda* per diversi anni ha custodito la collezione di tutte le annate, raccolte in volumi rilegati, presso il vecchio Centro stampa di viale Elmas. Pur non avendo un'organizzazione allo scopo, generosamente consentiva la consultazione ai lettori e ai ricercatori, mettendo a rischio, però, la salvaguardia delle copie che inevitabilmente venivano "maltrattate" per consentirne lo sfoglio e la fotocopiatura. Sin quando, in occasione di un anniversario, si decise di fare un supplemento speciale sul Cagliari dello scudetto e si scoprì che nell'annata del 1970 mancavano proprio le pagine della vittoria del campionato di calcio. Erano state strappate e rubate: quell'inqualificabile gesto causò un danno "culturale" all'azienda e a tutti i lettori. Da quel momento la direzione decise di chiudere l'accesso a chiunque.

Oggi i volumi restaurati sono sistemati in bella vista nell'ampio salone d'ingresso nella nuova sede di piazza L'Unione Sarda, in via Santa Gilla: una raccolta impressionante che colpisce quando si entra nell'elegante e moderno edificio. In quegli scaffali è custodita la vita e la cronaca di oltre un secolo di storia di tutti i sardi. Un archivio eccezionale e nello stesso tempo un monumento inteso nel senso stretto del termine.

Per questo motivo, dunque, ciascuna istituzione ha un proprio regolamento per la consultazione e la lettura delle copie d'archivio che costituiscono una fonte unica per gli studiosi. Ormai, credo, più nessuno utilizzi il vecchio metodo della fotocopiatrice per evitare danni anche irreparabili agli originali. Anche la tradizionale microfilmatura delle collezioni, che consentiva una volta la rapida consultazione e l'istantanea stampa di una copia, è in gran parte superata e si tende a digitalizzare tutti i microfilm

disponibili. La digitalizzazione consente poi di riportare le collezioni delle annate sul web a disposizione (di norma a pagamento) di tutti i lettori, oppure di essere pubblicate in Dvd. Questi sviluppi sono ampiamente attuati dalle grandi testate.

L'Unione Sarda possiede un programma, consultabile per ora solo dai giornalisti, che consente la visione dal primo numero ad oggi e l'immediata riproduzione. Il software comprende la digitalizzazione di tutte le annate che furono microfilmate e, dal 2001, il giornale che ogni notte, subito dopo la stampa, entra nel sistema editoriale e viene archiviato automaticamente per via elettronica sia nell'archivio interno del giornale che nel software citato. Questo programma è stato donato alla Biblioteca universitaria di Cagliari.

La *Nuova Sardegna* custodisce nella propria sede le vecchie raccolte storiche e archivia elettronicamente le copie quotidiane, consultabili sul web.

La biblioteca del Consiglio regionale

Infine un capitolo a parte merita la biblioteca del Consiglio regionale della Sardegna, ubicata nel palazzo di via Roma a Cagliari. Un punto di riferimento per politici, amministratori pubblici, giornalisti e studiosi. Istituita nel 1950, inizialmente era solamente al servizio dei consiglieri e dei dipendenti del Consiglio regionale.

Attualmente sono consultabili oltre 50 mila volumi, dei quali ottomila riguardanti la Sardegna o autori sardi. Specializzata nei settori in cui la Regione Autonoma della Sardegna ha competenza legislativa, la biblioteca accoglie anche opere di carattere generale. Il fondo comprende 350 abbonamenti a riviste periodiche di carattere giuridico, sociale, economico, politico e locale, la raccolta completa delle Gazzette Ufficiali della Repubblica Italiana, dell'Unione Europea, dei Bollettini Ufficiali della Regione Sarda (B.U.R.A.S.) e delle altre regioni, dei quotidiani nazionali (anno corrente) e delle testate quotidiane più diffuse in Sardegna (*L'Unione Sarda* e *La Nuova Sardegna*).

Attualmente l'accesso è consentito a studenti universitari, laureandi, ricercatori, docenti universitari e insegnanti. È possibile effettuare un numero massimo di dieci fotocopie, non è invece possibile prendere in prestito i volumi.

Capitolo 5 I quotidiani nell'Isola: dall'Ottocento agli anni Novanta

Non si può parlare di giornalismo per le prime esperienze editoriali nell'Isola, alla fine del Settecento e ancor più avanti sino alla metà dell'Ottocento: il termine più appropriato è pubblicismo, una forma di scrittura soprattutto politico-culturale e anche filosofica-religiosa diretta alle élite dell'epoca, in una terra – non diversamente ma più profondamente dal resto della penisola – dove l'analfabetismo superava il 90 per cento della popolazione e raggiungeva il cento per cento nelle campagne. La scolarizzazione era esclusiva delle classi borghesi e cittadine che potevano mandare i figli a studiare presso gli istituti cattolici, nelle poche scuole e nei due atenei di Cagliari e Sassari. I più fortunati potevano studiare in Francia, più avanti a Torino e a Genova. In questo contesto nascono i primi Fogli, semplici Gazzette di due pagine con uscita periodica, di scarsa diffusione e stampati a fatica con la tecnica dei caratteri mobili. «Esperimenti a metà e tra l'esercizio meramente letterario e i primi sparuti accenni di un'informazione sia pure molto sintetica», sottolinea la storica Giuseppina Fois (1994).

Per capire l'interesse e la limitata diffusione dei giornali dall'Unità d'Italia all'inizio del Novecento basta dare uno sguardo ai dati dei primi censimenti durante il processo di unificazione politica, geografica e culturale. Nel 1861 la Sardegna contava 588.694 abitanti e gli analfabeti rappresentavano il 91,17 per cento della popolazione. Nel 1871 il dato demografico cresce (636.660 abitanti) e comincia il lentissimo processo di scolarizzazione: l'isola è ancora terra di contadini e pastori analfabeti (88,06 per cento). Dieci anni dopo con 632 mila abitanti si contano 564 mila analfabeti (82,62 per cento), dato che cala solo nel 1901 al 72,80 per cento con una popolazione di 791 mila abitanti. Per rendere evidente lo stato di arretratezza della Sardegna basta sottolineare che nello stesso quarantennio la media nazionale scende dal 74,7 per cento al 48,9.

Quando si parla di giornali e di quotidiani, dunque, il discorso va ricondotto sempre al periodo storico dei tempi, immaginando un pubblico di lettori composta da un'élite culturale, sociale e di censo, a fronte di una

massa totalmente ignorante ed estranea ai processi di informazione così come li intendiamo in un'ottica moderna.

La diffusione dei quotidiani e la sete di notizie si svilupperà diversamente nei territori nazionale e regionali, a partire dalla seconda metà dell'Ottocento per poi diventare un nuovo fenomeno culturale e industriale dal primo decennio del Novecento in poi, spinto sempre dagli eventi e dagli interessi della politica, del potere e del dissenso.

Gli esordi

Il primo foglio a carattere divulgativo con aspetto di manifesto e nome di giornale uscì nel periodo sabaudo del Regno di Sardegna nel 1777, intitolato *Giornale Enciclopedico*. Seguirono nel 1793 quali *Il Gazzettino ebdomadario della Sardegna* e nel 1795 *L'Almanacco Parnasiano*, tutti a scopo informativo su questioni per lo più mercantili, militari, agricole, letterarie e cronachistiche. Questi fogli – come sottolinea lo storico Francesco Cesare Casula (2001) – avevano intenti soprattutto divulgativi e didattici.

Il primo vero giornale, inteso in senso moderno, comparve il 13 agosto del 1795 e durò appena un anno (chiuse il 31 marzo 1796): *Il Giornale di Sardegna*, organo del movimento angioiano, era un gazzettino a carattere politico, redatto da quattro collaboratori dello stesso Giomaria Angioy e diretto dal teologo Giuseppe Melis Atzeni. Era lo specchio- rileva la Fois – della linea progressista degli Stamenti sardi nel drammatico periodo della rivolta contro i Piemontesi e si faceva portavoce delle nuove rivendicazioni popolari in chiave antifeudale. Il livello tecnico era molto basso, le informazioni si susseguivano senza distinzione nelle colonne della pagina e prive di titolo. Questo primo giornale oscillava tra il modello del manifesto politico e quello dell'ebdomadario (pubblicazione settimanale o periodica), riprendendo un po' il concetto illuminista dei primi fogli sardi. Il biennio 1795-1796 è ricco di eventi per l'Isola, dopo la cacciata dei Piemontesi e del viceré Vincenzo Balbiano con i moti dell'aprile 1794. Il periodico è dunque l'espressione delle varie voci degli Stamenti, all'interno dei quali emergono forti divisioni ideologiche e di parte per diversi interessi. Dati i tempi ci si aspetta una linea di apertura alle novità, anche perché il direttore Melis e i redattori sono amici di Angioy. Invece adotta una posizione prudente, ignora ogni accenno alle idee diffuse dalla rivolu-

zione francese e predilige la cronaca, a cominciare dai fatti che sconvolgono l'Isola da nord a sud. L'organo – sottolinea un articolo dell'*Almanacco di Cagliari* (2006) firmato da Roberto Cuccureddu – dedica spazio ai dissidi tra Sassari e il capoluogo del "Capo di sotto", cercando di mediare per favorire i contrasti. Informa i suoi lettori circa la politica sarda che ha come fulcro l'Angioy, inviato dal viceré Vivalda con la nomina di alternos a Sassari per sedare la rivolta dei feudatari. Il progetto fallisce e Angioy è costretto a fuggire nel giugno del 1796: ma *Il Giornale di Sardegna* non fa in tempo a raccontare la cronaca di quel fatto perché il 31 marzo esce col suo ultimo numero. Una breve, ma significativa stagione per gli esordi del giornalismo nell'Isola.

Ci fu poi un vuoto di oltre tre lustri – rileva Casula (2001) – causato dalle conseguenze dei moti antipiemontesi isolani e dagli sconvolgimenti continentali di Napoleone. Proprio contro l'Imperatore fu promosso un secondo esperimento, nel 1812, con *Il foglio periodico di Sardegna*, finalizzato a una fortissima campagna stampa antifrancesa, tanto da far supporre che dietro al direttore non sardo (un certo Adolfo Palmedo) ci fossero finanziamenti inglesi. Tra i suoi collaboratori il giovanissimo algherese Giuseppe Manno, che diventerà un personaggio politico di punta nell'Italia unitaria e uno storico di fama.

Dal 1827 al 1829 il magistrato Stanislao Caboni diede vita ad *Il Giornale di Cagliari*, abbastanza ben conformato. Ma più evoluto tecnicamente e con profilo di foglio moderno di informazione culturale e politica fu *L'Indicatore sardo*, diretto dal 1832 al 1836 dall'avvocato Giuseppe Pasella, e tra il 1837-1857 dai fratelli Pietro, Antonio e Michele Martini. Successivamente e fino all'Unità d'Italia il numero e la varietà dei fogli, dei manifesti e dei giornali aumentò nell'Isola in modo notevole, nella sostanza divisi politicamente fra democratici e liberali, laici e cattolici. Non sono quotidiani, ma escono periodicamente o quando possono con il contributo dei promotori, di politici e intellettuali che svolgono anche con passione e una certa professionalità l'attività pubblicitaria. Questa molteplicità di testate, nonostante nell'Isola il processo di scolarizzazione di massa sia ancora lento e faticoso a penetrare nelle campagne e nelle zone dell'interno dove il tasso di analfabetismo è spaventosamente alto rispetto al resto d'Italia, dimostra invece una vivacità culturale e una voglia polemica nei principali centri cittadini e nei paesi dove si vanno formando nuove élite sociali ed economiche.

Dopo il 1861 la stampa si arricchì dell'apporto di nuovi periodici re-

gionali: *La Giovane Sardegna*, *il Corriere di Sardegna*, *La Verità*, *La Lealtà*, *L'Operaio cattolico*, *L'Unione cattolica* sino ad arrivare alla fondazione dei primi veri quotidiani.

Rosario Cecaro nella sua *“Breve storia del giornalismo in Sardegna”* (1998) riprendendo gli studi sull'argomento, così inquadra l'evolversi dell'editoria nell'Isola dividendo l'Ottocento in quattro periodi. Nel primo periodo – 1795 / 1848 – in tempi di Restaurazione si pubblicano pochissimi fogli a causa della censura che limita duramente la stampa e la circolazione delle idee.

Nel secondo periodo – 1848/1870 – ricco di fermenti risorgimentali, sociali ed economici nascono alcune iniziative editoriali, anche grazie ai miglioramenti tecnologici. Nel 1850 il giovane tipografo Giuseppe Sanna Sanna, originario di Anela, torna nell'Isola dopo aver appreso il mestiere a Torino e impianta una tipografia a Cagliari: qui nasce *La Gazzetta Popolare*, antipiemontese e anticavouriana. Direttore per un periodo è uno dei pochi garibaldini sardi, Vincenzo Bruscu Onnis, mazziniano, repubblicano e attivista politico, tanto che finirà in carcere. Tra le firme prestigiose e autorevoli Giovanni Battista Tuveri, filosofo e politico, il quale dirigerà poi (tra 1871 e 1876) *Il Corriere di Sardegna*. *La Gazzetta*, rilevata dall'imprenditore Luigi Falqui Massidda, prenderà un orientamento moderato e verrà chiusa.

Gli anni del terzo periodo (1870/1891) sono caratterizzati dalla diffusione degli istituti di credito (dei dieci autorizzati in Italia al credito agrario, quattro avevano sede nell'Isola) che numerosi falliranno con grandi scandali a sfondo politico-economico. «In questo ventennio la stampa conosce un autentico boom», afferma Cecaro: «Si pubblicano ben cento periodici, due quotidiani, nove settimanali e quattro mensili».

L'evento più rilevante è la fondazione nel capoluogo de *L'Avvenire di Sardegna* (1871-1893) a opera di Giovanni De Francesco, ex garibaldino discepolo di De Sanctis. Il giornale, che riflette il movimento politico della Sinistra Giovane, è finanziato dal Credito Agricolo Industriale. Nella redazione lavorano due giovani giornalisti che ritroveremo più avanti: Marcello Vinelli, che guiderà *L'Unione Sarda*, e Medardo Riccio, futuro direttore anche della *Nuova Sardegna*.

De Francesco – rileva Cecaro – favorisce la nascita di un settimanale in lingua araba, *El Mostakel (L'Informatore)* diffuso in Tunisia, redatto e stampato a Cagliari che poi ebbe un epilogo avventuroso con la chiusura per l'intervento di un misterioso agente francese. Il Credito Agricolo

Industriale contava forti interessi in Tunisia dove aveva investito ingenti capitali per lo sfruttamento delle miniere.

Nel quarto periodo tra il 1889 e il 1899 i governi attuarono una politica protezionistica con pesanti riflessi economici, soprattutto nel Nord Sardegna, che vide praticamente interrompersi l'intero flusso commerciale tra la Sardegna e la Francia. I commerci cominciarono a indirizzarsi verso la penisola.

Il Giornale di Sardegna: una testata nata quattro volte

Abbiamo visto la breve, ma intensa esperienza de *Il Giornale di Sardegna* dell'epoca angioina. Questa testata storica verrà ripresa altre tre volte, l'ultima in tempi recenti (2004) con il quotidiano fondato a Cagliari e poi aperto anche con l'edizione di Sassari dall'editore Nichi Grauso che darà vita all'avventura del gruppo *EPolis*, di cui parleremo più avanti. Qui, invece, ricordiamo gli altri due precedenti della testata. Il 26 marzo 1896 compare a Sassari un quotidiano che affianca e si contrappone alla giovane e battagliera *Nuova Sardegna*. Diretto da Tommaso San Felice e con l'apporto di un giornalista esperto quale Giovanni De Francesco, questo foglio appare con una piacevole veste grafica di cinque colonne nelle quali i titolini sono ben evidenziati. I contenuti sono vari e interessanti: dall'articolo politico di fondo, ai resoconti parlamentari, alle cronache dell'Isola e nazionali, in più numerose rubriche. Ma la sua posizione appare sempre più moderata e “governativa”, mentre avanzano a Sassari i favori verso il crescente partito socialista.

Dopo la sconfitta di Adua e le dimissioni di Crispi, a Roma si succedono i governi “duri” di Rudini e poi di Pelloux, i quali varano provvedimenti restrittivi sulla stampa e l'associazionismo operaio. Tutto ciò in seguito ai moti di Milano, repressi nel sangue dal generale Beva Beccaris, a suo tempo lodato dal giornale sassarese. «Si comprende l'atteggiamento antisocialista e conservatore del foglio che approva la linea dura anche nella lotta per sconfiggere il banditismo, una delle piaghe più dolorose dell'Isola», scrive Cuccureddu (2006). Ma dalle colonne esce un quadro piuttosto complesso perché da una parte l'appoggio alla monarchia, alle istituzioni, antirepubblicano e antisocialista, prima favorevole, ma poi contrario alla politica coloniale italiana che comporta ingenti esborsi (quindi tasse) e pesanti perdite di soldati. Dall'altra, però, è fortemen-

te presente nel dibattito sulla rinascita economica dell'Isola e si batte in difesa dei contadini che chiedono facilitazioni per il credito agrario, su una linea meridionalista che prevede interventi per migliorare le nascenti industrie, i trasporti e l'agricoltura. Alla fine la concorrenza vincente della *Nuova Sardegna*, che meglio riflette le idee e il carattere dei sassaresi, determinerà la chiusura nel 1900.

La testata verrà riesumata a Cagliari il 1° settembre 1923 e andrà avanti sino al 30 gennaio 1926, tre difficili anni in cui si accende la lotta per l'affermazione dei fautori del sardofascismo (appoggiato da Mussolini) sui fascisti della prima ora. *Il Giornale di Sardegna* sarà l'organo dei "fusionisti" che si opporranno all'*Unione Sarda* che invece è la voce della linea intransigente. Vedremo, fra breve, come si svilupperà questo scontro, con la temporanea chiusura dell'*Unione* (1924) e poi la riapertura come organo del Pnf "normalizzato" sulle posizioni dei leader sardofascisti in sintonia con le direttive romane.

Le prime tipografie

L'ultimo decennio dell'Ottocento vede in Sardegna avviarsi i primi processi di industrializzazione, nel settore minerario e nel manifatturiero, migliorano i trasporti e i collegamenti. In questo quadro nascono i primi veri stabilimenti tipografici con macchine di stampa capaci di produrre più velocemente migliaia di copie. A Sassari aprono Chiarella, Dessi e Gallizzi, a Cagliari oltre la storica "Stamperia Reale" il tipografo Antonio Timon si organizza una stamperia in via Spano, angolo via Cima, dove nell'autunno del 1889 usciranno le prime copie de *L'Unione Sarda*. La tipografia Timon diventa un punto di riferimento di intellettuali e politici, in quell'anno verrà acquistata dall'avvocato Carlo Brundu.

In questo quarto di secolo lo sviluppo tecnico consente anche una migliore impaginazione e impostazione grafica, con titoli e articoli ben separati, disegni e vignette. Cambia in senso moderno la struttura del giornale con articoli principali, rubriche, feuilleton, il varietà e il teatro, notizie spicchiole di pubblica utilità (nasce in pratica la cronaca cittadina e regionale), si dà spazio alle informazioni che giungono dalla penisola, dall'estero e dai paesi dell'Isola, grazie a una rete di collaboratori, ai servizi delle prime agenzie di stampa e all'utilizzo del telegrafo che consente una rapidità mai vista in passato. I giornali si danno una prima e vera or-

ganizzazione redazionale con qualche giornalista che vive di quel lavoro e pochi collaboratori esterni.

I due quotidiani ultracentenari

L'Unione Sarda comincia la pubblicazione a Cagliari domenica 6 ottobre 1889 con un numero di saggio, diventando quotidiano il 17 dicembre sotto la direzione di un giovane giornalista (aveva 23 anni) Marcello Vinelli. Viene fondato per appoggiare un gruppo politico di liberali della sinistra giolittiana che a Cagliari ha il suo leader in Francesco Cocco Ortu senior, comproprietario della testata. Sul piano politico è legato al ministro e poi capo del governo Zanardelli. È sostenitore di un decentramento, di una maggiore autonomia e della necessità di una legislazione speciale per la Sardegna.

La Nuova Sardegna nasce come settimanale a Sassari il 9 agosto del 1891, alla vigilia di elezioni comunali, e diventa quotidiano il 17 marzo dell'anno successivo. Politicamente appoggia il deputato Filippo Garavetti, repubblicano legato all'estrema sinistra del radicale Felice Cavallotti. Del gruppo dei fondatori fanno parte Enrico Berlinguer, i fratelli Pietro e Rosolino Satta Branca e altri rappresentanti della borghesia intellettuale e di sinistra della città. Alla direzione nel 1893 arriva un abile ed esperto giornalista, Medardo Riccio, che proviene da *L'Avvenire di Sardegna*, il giornale cagliaritano che aveva chiuso in quell'anno, soppiantato dal nuovo quotidiano cittadino *L'Unione Sarda*.

Sulla piazza sarda restano e si affermano così *L'Unione* e *La Nuova*, che riflettono gli sconvolgimenti politici, economici e sociali del primo scorcio del Novecento. Rispecchiano senza dubbio il dibattito politico, appoggiando e schierandosi apertamente a favore dei gruppi dirigenti a cui fanno capo, ma cominciano a distinguersi per un ruolo informativo sempre più accurato e capillare e soprattutto vivono grazie a una crescente raccolta pubblicitaria.

Si modernizzano anche tipograficamente e raggiungono insieme una tiratura di ventimila copie (non a caso è pari al numero delle persone che in quegli anni vanno a votare in Sardegna dove l'indice di analfabetizzazione raggiunge nelle campagne il 90 cento degli abitanti). *L'Unione* è su posizioni liberal-conservatrici, *La Nuova* liberalradicali: sono tendenze che riflettono le differenti posizioni sociali delle classi dirigenti cittadine

legate a Cagliari alle attività commerciali e alla borghesia imprenditoriale, a Sassari alle libere professioni, all'artigianato e alle campagne.

Nel 1916 *L'Unione* si trasferisce nella storica sede di viale Regina Elena con una rotativa in grado di stampare sei pagine.

Sei quotidiani nel primo dopoguerra

Nel dopoguerra, nel quinquennio che segna l'avvento del fascismo e nell'Isola il serrato dibattito tra liberali, sardisti e il nascente movimento sardo-fascista che raccoglie molti reduci, escono ben sei quotidiani: oltre ai due principali giornali, *Il Risveglio dell'Isola* (socialista), il cattolico *Il Corriere di Sardegna*, *Il Solco* (giornale del Psd'Az, cesserà le pubblicazioni nel 1926 per le violenze fasciste in seguito alle sue posizioni rigorosamente sardiste) e a partire dal 1924 il sassarese *L'Isola*, fondato da un gruppo di imprenditori fascisti contrari alla *Nuova*.

L'Unione Sarda, interventista nei mesi precedenti la grande guerra, antisocialista e antisardista, nel 1920 viene acquistato dall'industriale minerario Ferruccio Sorcinelli, vicino al movimento fascista della prima ora e contrario alla fusione tra Pnf e Psd'Az. Dopo la morte prematura di Sorcinelli, che aveva dato comunque un notevole impulso al quotidiano con una nuova rotativa e una tipografia più moderna, diventa direttore il fascista Paolo Pili, ex dirigente sardista, che trasforma l'US nel giornale ufficiale del Pnf nella provincia di Cagliari.

Interessante osservare le modifiche delle testate in quegli anni di consolidamento del fascismo che, con la censura e il controllo di tutta la stampa, è alla ricerca di un'affermazione totale del consenso popolare e delle élite borghesi. Nel 1926, sotto la testata *L'Unione Sarda*, compare a completamento la dicitura "Il giornale di Sardegna", a significare il ruolo del quotidiano cagliaritano come organo di informazione per tutta l'Isola. Nel 1928 diventa "Politico quotidiano", sino al 1938 quando sotto la testata viene reso esplicito il ruolo del Pnf con la scritta "quotidiano fascista della Sardegna". Dopo i fatti dell'8 settembre 1943 e l'armistizio, cade il fascismo nell'Isola che nell'ottobre è già liberata e completamente nelle mani degli alleati angloamericani. Dal 1943 *L'Unione*, dunque, ritorna ad essere quotidiano politico della Sardegna e dal 1946 quotidiano indipendente. Inizia così l'epoca del secondo dopoguerra, con la proclamazione della Repubblica, la nascita della Regione Autonoma (1948), la ricostru-

zione e tutti gli eventi politico, economico e sociali che – come vedremo – contraddistinguono i decenni seguenti.

Il personaggio Ferruccio Sorcinelli

Nel complesso quadro storico a cavallo della Prima guerra mondiale si registrano in Sardegna cambiamenti economici importanti grazie alle iniziative di imprenditori sbarcati dalla penisola con propri fondi e capaci di attingere al credito bancario con idee e progetti innovativi per l'epoca.

L'avvocato Ferruccio Sorcinelli, nato ad Arezzo nel 1876, faceva parte di quella ondata di imprenditori (liguri, toscani, lombardi, veneti, piemontesi e campani) che giunsero in Sardegna ai primi del secolo scorso per avviare le prime vere imprese industriali, commerciali e di trasporto. Il giovane aretino si arricchì rapidamente durante la Prima guerra fondando la società carbonifera di Bacu Abis, nel Sulcis, e promuovendo altre iniziative economiche, tra cui *L'Unione Sarda*.

Quando nel 1920 accetta l'offerta dell'on. Luigi Congiu, anche a nome degli altri proprietari, Sorcinelli è già un personaggio affermato non solo nell'ambito regionale. Alle spalle ha importanti esperienze. Come ben racconta lo storico Paolo Fadda (autore di numerosi saggi sulla nascita della classe imprenditoriale sarda e su Cagliari), «Sorcinelli dimostra capacità, intelligenza, attivismo e determinazione». Dopo la laurea entra in magistratura, nel 1901 appena giunto nell'Isola lascia la carriera giudiziaria e viene nominato direttore della Banca d'Italia di Sassari. Nel 1904 fonda la Società Bancaria Sarda e scopre la sua vivace vocazione imprenditoriale, acquista miniere nel Sulcis e si arricchisce durante la guerra facendo affari con le industrie belliche. Quando nel 1920 acquista *L'Unione Sarda* lo fa con spirito innovativo, spinto da propositi politici ed economici. Per questo l'operazione verrà definita da qualche studioso come «il primo caso di esplicita scalata alla proprietà di giornali da parte di capitalismo sardo». Sino ad allora il giornale era stato lo strumento politico del gruppo liberale di sinistra che faceva capo al "vecchio" Francesco Cocco Ortu, critico sulle posizioni della destra e in passato anche dello storico sindaco Ottone Bacaredda. Nei primi mesi del 1920 Sorcinelli, con altri imprenditori del settore minerario, è impegnato nella dura vertenza contro i sindacati operai che rivendicano aumenti sindacali e migliori condizioni nella sicurezza del lavoro. Gli industriali si rifiutano

di accettare gli accordi presi a livello nazionale a Roma in un clima di forti tensioni. Tra loro c'è la preoccupazione che il bolscevismo e il movimento operaio possano prendere il sopravvento anche nell'Isola. Così Sorcinelli schiera subito il suo giornale in prima linea a fianco del nascente fascismo e firma numerosi articoli con lo pseudonimo "Camicia Nera". Francesco Cesare Casula ne traccia un incisivo profilo nel "Dizionario Storico Sardo": «Prima fu vicino al Partito Radicale, di cui fu fiduciario regionale. Poi cercò un incontro con i Combattenti e i Sardisti e infine si schierò decisamente con il Fascio, in nome di un antibolscevismo viscerale. Fu tra i primi finanziatori e animatori dei Fasci di Combattimento in Sardegna e soprattutto nel Sulcis Iglesiente». Un fascista convinto, dunque, e della prima ora. Ma soprattutto coerente quando si schiera col giornale contro i fusionisti e il prefetto Gandolfo inviato da Mussolini per "normalizzare" il movimento cagliaritano. Durissime polemiche ebbe con Emilio Lussu, leader dei sardisti definiti da Sorcinelli "Rossomori".

A Ferruccio Sorcinelli spetta un posto di grande editore perché all'azienda seppe dedicare un impegno forte ed appassionato, facendola crescere con investimenti e idee moderne. Porta nuove macchine e il giornale a partire dal 1921 viene prodotto interamente a composizione meccanica con le linotypes. Sorcinelli lavora con i figli Guido (in amministrazione) e Nando, direttore nomina Gino Spadaro, giornalista esperto chiamato dalla *Gazzetta di Messina*, che resterà alla guida per diciotto mesi. A lui succederà l'avvocato Francesco Caput, fascista della prima ora, che porterà avanti la polemica contro i fusionisti.

Nel periodo 1920-25 nell'Isola si confrontano cinque giornali: oltre *L'Unione Sarda* e *La Nuova Sardegna*, sono particolarmente presenti i sardisti con la loro voce *Il Solco* e i cattolici con *Il Corriere di Sardegna*. Quando nel 1926 verrà chiusa dai fascisti *La Nuova*, la piazza sassarese sarà occupata da *L'Isola*. Dalla penisola arrivano anche qualche quotidiano nazionale come il romano *Il Tempo* e il *Giornale d'Italia*, ma *L'Unione* resta il leader assoluto sul mercato. A parte il dibattito politico, è lo specchio del capoluogo, fonte preziosa di informazione e anche unica vetrina per la pubblicità che sta prendendo piede con crescente sviluppo. Dai piccoli annunci tabellari, ai cinema e teatri, dallo stato civile (nati e morti), alle promozioni di ogni novità. Un libro recente, pubblicato dall'appassionato ricercatore Giancarlo Cao (2011), raccoglie un secolo di pubblicità ed è davvero un'interessante, quanto divertente lettura, vedere come la società cambi negli anni attraverso proprio ciò che vende sulle pagine

dei giornali, soprattutto locali. Ma è la cronaca, sotto tutti i suoi aspetti, ad attirare il lettore e a restituirci, con tutti i limiti dell'epoca e poi della censura fascista, la vita dei cagliaritani e dei sardi. Così nel 1921 quando muore il grande sindaco Ottone Bacaredda, primo cittadino a più riprese per oltre vent'anni, e un tempo anche osteggiato dal giornale che appoggiava la corrente liberale di Francesco Cocco Ortu, *L'Unione* gli rende un doveroso omaggio. Col linguaggio non privo di accenti retorici e aulici, tipici del periodo, ne traccia un alto profilo concludendo «... Cagliari perde il suo miglior figlio e, purtroppo, tarderà a trovarne uno che lo eguagli».

L'Unione Sarda chiusa nel 1924

Arriviamo al 1924, per raccontare un episodio poco noto, ma che ebbe un peso determinante nella storia del giornale nel Ventennio. Una vicenda citata da Della Maria (1963), nel volume per i "120 anni de *L'Unione Sarda*", a cura di Gianni Filippini (2009) e riproposta nei particolari nell'*Almanacco di Cagliari* (2009).

Siamo all'inizio dell'anno mentre nell'Isola e in particolare a Cagliari divampa il confronto tra sardisti e fascisti che nei mesi prima era sfociato con scontri di piazza e aggressioni non solo verbali. I contrasti, che si riflettevano negli articoli sul giornale, erano vivaci anche all'interno dello stesso movimento mussoliniano. Da una parte la fazione possibilista che tifava per un accordo tra camicie nere e sardisti, dall'altra gli oltranzisti duri e puri che respingevano qualsiasi soluzione fusionista per la creazione di un partito sardo-fascista. Questi ultimi erano capeggiati dall'avvocato Ferruccio Sorcinelli che utilizzava il suo giornale per propagandare le tesi contro l'accordo.

Quando il fascismo si affacciò in Sardegna, Sorcinelli cominciò a sostenerlo con il giornale, ma le cose cambiarono in seguito alla decisione di Mussolini di giungere ad un'intesa con i sardisti. Sorcinelli, contrario a questa scelta politica, col suo giornale si schierò apertamente contro e mantenne la sua posizione anche dopo la fusione avvenuta nel 1923. Gran regista dell'operazione di alleanza con i sardisti fu il prefetto Asclepia Gandolfo inviato a Cagliari da Mussolini proprio a questo scopo. Il primo settembre 1923 uscì *Il Giornale di Sardegna*, voluto da uno dei leader del sardo-fascismo, Paolo Pili, che in quel momento fu nominato segretario provinciale del Partito fascista.

Alla fine di quell'anno la situazione politica era particolarmente tesa con i due quotidiani che si fronteggiavano e si facevano portavoce delle rispettive fazioni.

All'inizio del 1924 scoppiò il caso, interessante per capire il clima che si respirava e viveva nel capoluogo in quel periodo in cui il fascismo cominciava a mettere radici e a cercare il massimo consenso.

Il primo gennaio nella tipografia de *L'Unione Sarda* venne stampato un manifestino con una poesia intitolata "La plebe ribelle". Violando la legge non c'erano indicati la data e il luogo di stampa, pertanto le autorità ordinarono il sequestro e aprirono un'inchiesta. Le indagini portarono all'arresto di un tipografo, Antonio Romagnino (solo omonimo del grande letterato cagliaritano che all'epoca era appena un bambino) e alla denuncia dei responsabili della tipografia, l'amministratore dott. Armando Boi e il procuratore legale rag. Duilio Scardigli. Nel contempo vennero perquisite l'abitazione di Sorcinelli e lo stabilimento della tipografia della Sei in viale Regina Elena. Nonostante la situazione tesissima, Sorcinelli riuscì a far uscire il giornale nel tardo pomeriggio. Il giorno dopo un gruppo di facinorosi fascisti assaltò la sede de *L'Unione Sarda* devastando tipografia e redazione, ma l'irriducibile imprenditore con un pugno di suoi collaboratori (quanti erano i giornalisti dell'epoca), fecero il miracolo e in serata il giornale comparve in edicola. Ma l'incidente non era affatto finito poiché il giorno 4 il prefetto firmò un decreto di sospensione delle pubblicazioni. Il caso sapeva di clamoroso perché il potere fascista aveva colpito duramente un organo che, seppure critico per certi versi, era nato ed era sempre stato sostenitore di Mussolini.

Sorcinelli non si perse d'animo e nel volgere di una settimana aprì un nuovo quotidiano, *Il Popolo di Sardegna*, affidando la direzione allo stesso direttore de *L'Unione*, l'avvocato Francesco Caput, e ai suoi "vecchi" giornalisti.

Quel manifestino che probabilmente sarebbe passato inosservato dai più, si era invece trasformato in un detonatore facendo esplodere le divisioni tra le due fazioni fasciste che si affrontavano in città. Come andò a finire? Per un paio di mesi i due giornali non si risparmiarono attacchi e polemiche, poi intervenne la magistratura che con una sentenza prosciolsse Boi e Scardigli, ordinando la scarcerazione del tipografo Romagnino il quale – individuato come unico responsabile – avrebbe dovuto rispondere del reato di omissione della legge sulla stampa davanti al pretore. In realtà non si seppe mai se il povero Romagnino fosse effettivamente

l'autore o comunque il tipografo che pubblicò all'insaputa di tutti il manifestino "eversivo", finendo per essere il capro espiatorio di una guerra ben più grande di lui.

La decisione del procuratore generale ebbe l'effetto di annullare il provvedimento di chiusura de *L'Unione Sarda* che così il 27 aprile del 1924 poteva riprendere le pubblicazioni.

L'avvocato-editore Sorcinelli, a quel punto proprietario di due giornali con la medesima società, decise di chiudere *Il Popolo di Sardegna* il quale – proprio dalle sue pagine – il 26 aprile annunciò la riapertura de *L'Unione* e la contemporanea chiusura dello stesso. Nell'articolo si spiegava la decisione sottolineando che «evidenti condizioni d'ambiente non consentivano l'esistenza in città di quattro quotidiani». Agli abbonati al *Popolo di Sardegna* sarebbe arrivato senza interruzione *L'Unione Sarda*.

La testata tornò in edicola ancor più combattiva e determinata ad affermarsi come il giornale leader della città e dell'Isola battagliando contro *Il Solco*, organo sardista, e *Il Littore Sardo*, foglio della federazione fascista. Il confronto, con momenti spesso accesi, durò ancora due anni con il giornale sempre in acque agitate poiché l'editore Sorcinelli e il direttore Caput continuavano a mantenersi critici sulle posizioni della federazione fascista guidata dai "fusionisti" sardisti. Il 10 marzo 1925 morì prematuramente Ferruccio Sorcinelli e nel gennaio 1926 Caput fu espulso dal Partito fascista. Il direttore si dimise, poi riprese il suo posto per un breve periodo convinto dal consiglio di amministrazione del giornale che ne aveva respinto le dimissioni, ma alla fine fu costretto a lasciare definitivamente a causa delle pressioni sempre più pesanti della federazione fascista. Con la sua uscita *L'Unione* cambiò direzione e da quel momento e sino alla caduta di Mussolini diventò la voce del Pnf. Direttore fu nominato il federale Paolo Pili che sotto la testata *L'Unione Sarda* impose il sottotitolo "Il Giornale di Sardegna". Era il 2 febbraio 1926.

Il secondo dopoguerra

L'Unione uscirà puntualmente anche durante la guerra. Chiuderà solo per un breve periodo tra l'11 maggio e il 16 novembre del 1943 dopo i terrificanti bombardamenti che dal 17 febbraio distrussero sistematicamente Cagliari.

Memorabili gli articoli scritti dai pochi giornalisti, coraggiosamente

rimasti in città per continuare a far uscire il giornale nonostante i continui allarmi, i quotidiani spezzonamenti, la fame, la mancanza di tutto, i feriti e i tanti morti. Alla fine saranno più di mille. Ai primi di maggio in città restavano poche migliaia di persone, tra militari e coloro che erano impegnati a far funzionare i pochi servizi, i trasporti, gli ospedali. Gli abitanti erano in gran parte sfollati all'interno. Nella città fantasma il foglio su cui veniva stampato a fatica *L'Unione*, era l'unica fonte di informazione interna ed anche una finestra sul mondo con la cronaca (dettata dalle veline del Minculpop, ovviamente) dello sviluppo degli eventi bellici.

In occasione dell'anniversario per i 70 anni è stato ripubblicato un libro del Rotary Club (*“La città che non volle morire”*, a cura di Alberto Aime) e un supplemento speciale dell'*Unione Sarda* (17 febbraio 2013), oltre a una vasta bibliografia sull'argomento di volumi, purtroppo, in gran parte ormai rari.

Dopo la liberazione, con l'arrivo degli Alleati alla fine di settembre del 1943, *L'Unione Sarda* riprende le pubblicazioni con un crescente sviluppo che lo porterà, attraverso vari rinnovamenti tecnologici e diversi direttori, a diventare il quotidiano leader della Sardegna. Posizione, più volte attaccata, ma mai scalfita sino a oggi, nonostante la nascita di alcune iniziative editoriali, a partire dalla metà degli anni Settanta.

La Nuova Sardegna negli anni del primo dopoguerra si attesta su posizioni sempre più antisocialiste e antisardiste e guarda con favore al nascente fascismo. Cambia decisamente linea dopo la morte nel 1923 sia del direttore Medardo Riccio che del fondatore Pietro Satta Branca. Dal 1924, diretto da Arnaldo Satta Branca, figlio di Pietro, il giornale si colloca su posizioni antifasciste e condanna apertamente Mussolini per l'assassinio di Matteotti. Nel 1926, il 26 gennaio, dopo una serie di ripetuti sequestri, è costretto a chiudere. Riprenderà nell'aprile del 1947 dopo quasi vent'anni di forzato silenzio. Nel Ventennio il quotidiano di Sassari resta *L'Isola*, fondato il 2 marzo del 1924. Dopo la caduta del fascismo il Comitato di concentrazione antifascista affiderà la direzione ad Arnaldo Satta Branca, ultimo direttore della *Nuova* prima della soppressione, mentre alla direzione dell'*Unione* viene nominato l'avvocato socialista Jago Siotto.

L'Isola cesserà le pubblicazioni il 31 dicembre del 1946, lasciando il campo alla rinascita e all'affermazione della *Nuova*. Nella Sardegna defascistizzata e in fase di ricostruzione dalla macerie della guerra si apre così una nuova stagione per la stampa periodica (prolifica in quei tempi con

giornali che nascono e muoiono rapidamente) e per il futuro soprattutto dei quotidiani.

Il Solco, la voce dei sardisti

Tra i vari quotidiani usciti agli albori del Ventennio un ruolo particolare ebbe *Il Solco*: pochi anni di vita, ma caratterizzati da un forte impegno politico e da grandi entusiasmi. Settimanale del movimento degli ex combattenti sardi e poi quotidiano del Partito sardo d'Azione, appartiene alla storia travagliata del primo dopoguerra, testimone di una volontà laica e di un disegno generoso di cambiamento e rinnovamento sociale che per la prima volta candidava a protagoniste le popolazioni di sud. È questo il più vistoso risultato di un lungo processo di maturazione e delle idee regionaliste e autonomiste in Sardegna. A ricostruire in sintesi le vicende del *Solco* è la docente di Storia del giornalismo Laura Pisano con un articolo pubblicato nello “speciale” di due pagine che *L'Unione Sarda* dedicò il 17 aprile 1991 per l'anniversario dei 70 anni della costituzione del Psd'Az.

Il giornale nasce nel 1919 anche se non è la sola espressione della cultura autonomistica nella stampa sarda: già in quell'anno si pubblicano, tra gli altri, *La voce dei combattenti* a Sassari e *Il popolo sardo* a Cagliari.

A favorire la nascita di un terzo giornale – racconta la Pisano – sono alcuni fatti contingenti: nell'estate del 1919 ci si comincia a preparare per le elezioni previste per il novembre successivo; nell'isola è rientrato Emilio Lussu, reduce dal fronte e seguito da una fama di eroico combattente amato dai suoi uomini; Camillo Bellieni sta organizzando il movimento dei reduci con l'idea di un partito. Così arriva quasi naturale l'uscita in edicola del *Solco*. Collaboratori i più combattivi dirigenti del movimento: Bellieni, Lussu, Lionello De Lisi, Luigi Oggiano, Paolo Orano, Paolo Pili che ritroveremo poi protagonista tra i “fusionisti” e alla guida dell'*Unione Sarda* fascistizzata, Mauro Angioni, Francesco Fancello ed altri ancora, in gran parte ex ufficiali che hanno acquisito una profonda coscienza civile nei quattro anni al fronte. Ma ora vogliono impegnarsi a favore dell'introduzione di un ordinamento autonomistico di tipo politico e amministrativo per la Sardegna.

Il giornale – rileva Laura Pisano – attacca subito le istituzioni tradizionali e i partiti, mentre l'obiettivo è la costituzione di una nuova e auto-

ma forza politica a livello nazionale che abbia come base sociale la piccola borghesia cittadina e i contadini del Meridione. Partendo dalla disastrosa situazione economica e sociale in cui si è ritrovata l'Isola e buona parte dell'Italia all'indomani della Grande Guerra, puntano a favorire l'ascesa delle classi più umili e il reinserimento dei ceti medi nella vita produttiva. Su questi ideali che sono alla base di un programma politico, laico e democratico, dovrebbe nascere il nuovo partito. Il compito di fare proseliti e di diffondere il pensiero sardista viene, dunque, affidato al *Solco* che già nel nome richiama la matrice contadina del movimento. Gli articoli sono quasi tutti editoriali, cioè contengono opinioni e commenti, lasciando un minimo spazio alla cronaca.

Ben presto questa formula non soddisfa più i leader del movimento che vorrebbero un quotidiano più indipendente, più ricco e aperto. Così danno vita a una cooperativa, la prima in Sardegna nel settore tipografico. Una scelta non solo pratica, ma anche ideale perché lo sviluppo cooperativo è uno dei principali obiettivi degli ex combattenti e poi del Psd'Az.

L'iniziativa – continua la ricostruzione della Pisano – spinge comunque a rinnovare la società attraverso strutture organizzative che integrino l'esistente al nuovo, la cooperazione al privato, non necessariamente radicali e anticapitaliste come propugnano i socialisti con i quali sono in aperta polemica. Il giornale esce a singhiozzo a causa dei problemi economici. Dopo una pausa forzata di alcuni mesi, nel maggio 1921 riprende le pubblicazioni annunciando la costituzione del Partito sardo d'Azione nel corso dei lavori del congresso regionale che si svolge ad Oristano e si qualifica come suo organo di stampa.

In quel periodo cominciano anche nell'Isola le prime manifestazioni di intolleranza e di violenza delle camicie nere contro le organizzazioni sindacali, operaie e contadine. Tra il 1922 e il 1926 anche *Il Solco* verrà preso di mira, con incursioni squadristiche in redazione, minacce e sequestri. In Parlamento a Roma siedono quattro deputati sardisti: Emilio Lussu, Umberto Cao, Pietro Mastinu e Paolo Orano. La loro voce si fa sentire forte, ma non ottiene risultati. Anzi s'intensificano le censure e le chiusure forzate. In un clima sempre più intimidatorio e di crescente consenso attorno al fascismo, è ormai impossibile andare avanti. Il 17 giugno 1926 *Il Solco* cessa le pubblicazioni. Riaprirà per una breve stagione dopo la caduta del fascismo, dal 4 marzo 1945, in vista dei grandi appuntamenti elettorali del dopoguerra per sostenere l'autonomia regionale e i candidati del Partito sardo d'Azione, sino al 1949.

Gli anni Cinquanta

Nell'immediato dopoguerra nascono due nuovi quotidiani di area cattolica: a Sassari *Il Corriere dell'Isola* (1947-1957, di orientamento democristiano) diretto da Francesco Spanu Satta e legato al futuro presidente della repubblica Mario Segni, e a Oristano *Il Quotidiano Sardo*. Quest'ultimo (a metà degli anni Cinquanta trasferitosi a Cagliari) sotto la direzione di monsignor Giuseppe Lepori formerà un gruppo di giovani giornalisti che poi si affermeranno nell'*Unione Sarda* e nell'informazione radiotelevisiva della Rai. I due quotidiani, che non ebbero vita facile, chiuderanno alla fine del decennio.

Negli anni Cinquanta si impone il predominio dei due principali quotidiani che si spartiscono il territorio seguendo una capillare distribuzione che andrà consolidandosi nel futuro. Il Campidano e l'Ogliastra nell'area dell'*Unione*, il Nord, la Gallura e il Nuorese alla *Nuova*. I due giornali, in questo settore paradossalmente protetti dall'insularità (i quotidiani "continentali" arrivano in edicola via posta solo nella tarda mattinata) vendono complessivamente intorno alle 70 mila copie.

I giornali sportivi del lunedì

L'Unione e *La Nuova* pubblicano sei numeri la settimana, mentre il lunedì escono *L'Informatore del lunedì* (dal 27 maggio 1946), con un diverso direttore ma in pratica la medesima redazione dell'*Unione*, e a Sassari *La Gazzetta Sarda* che reca come sottotitolo "La Nuova Sardegna del lunedì", ma è un altro giornale (dal 20 settembre 1948) di appena quattro pagine, in gran parte dedicate alle notizie sportive. Direttore è Angelo Mannoni, poi sostituito da Rodolfo Mura e agli inizi degli anni Cinquanta dal commendator Sebastiano Pani, intraprendente imprenditore e pubblicista che rilancia il giornale e aumenta la foliazione. Ottiene subito un buon successo di vendite con punte di 30 mila nei momenti migliori. Viene stampato nella tipografia della *Nuova Sardegna* che nel 1967 (già di proprietà di Rovelli) decide di pubblicare un proprio giornale del lunedì, in prevalenza sportivo, e con i suoi giornalisti. Così rescinde il contratto con la *Gazzetta Sarda* che in breve finisce per chiudere.

I giornali del lunedì si caratterizzano da subito per le cronache sportive alle quali dedicano sempre più pagine: è la stagione del Cagliari di Gigi

Riva che nel volgere di un quinquennio diventerà leggendario, con un secondo posto nel 1968-69 e la vittoria del campionato nell'anno successivo. I tifosi sono i più fedeli lettori, perché nei giornali si ritrovano le notizie delle squadre minori, dei paesi e degli sport vari, accontentando un pubblico appassionato, competente e di tutte le età. I due giornali faranno registrare proprio i lunedì vendite record, *L'Informatore* spesso supererà le centomila copie con punte di diffusione che nel trentennio '60-'90 si otterranno solo in occasioni delle tornate elettorali nazionali e regionali.

A guidare il settimanale cagliaritano del lunedì giornalisti di grande esperienza dirigenziale quali Franco Porru (dal 1965 al 1973), Gianni Filippini e soprattutto Vittorino Fiori (1973-1982), indimenticato "maestro" di generazioni di cronisti, lui stesso eccezionale cronista, fine critico d'arte, di cinema, musica e teatro, una delle "penne" più autorevoli della stampa sarda. Il fratello Giuseppe, noto Peppino, partendo dall'*Unione Sarda* di quei tempi sarà ancor più famoso come autore di saggi storici, reportage, biografie di grandi personaggi, per poi continuare una luminosa carriera a Roma sino a diventare vicedirettore del TG2 nazionale e infine parlamentare eletto come indipendente nel Partito comunista. Una breve citazione di due grandi giornalisti, i fratelli Fiori, che hanno lasciato un segno nella storia del giornalismo in Sardegna.

Tornando a *L'Informatore*, il quotidiano cagliaritano fu un punto di riferimento per tutti gli appassionati e soprattutto per i tifosi del Cagliari, con gli articoli di Mario Mossa Pirisino e poi dagli anni Sessanta di Franco Brozzu, autorevole commentatore e impareggiabile cronista degli eventi della gloriosa squadra rossoblù. In quella piccola, ma vivace redazione sportiva si avvicendarono, solo per citare alcune delle firme più note, Antonello Madeddu, Gian Tarquinio Sini, Angelino Carrus, Mauro Manunza, Giovanni Puggioni, Francesco Bassi, Marco Lai, Massimo Crivelli, Paolo Figus (futuro direttore), Franco Olivieri e da Sassari Peppino Sanna. Tra tutti Dionisio Mascia che sarà l'inviato sportivo negli anni '70-'80 per oltre un ventennio, quindi capo del settore e per un breve periodo nominato anche direttore dell'*Unione*. Sul fronte sassarese della *Nuova Sardegna* le cronache sportive della Torres e del Cagliari furono affidate a brillanti ed esperti professionisti quali Antonio Delitala, Vindice Ribichesu, Alberto Pinna e in tempi più recenti a Raimondo Angioni.

Come testata indipendente *L'Informatore* continuerà a vivere sino al 2004 quando, anche formalmente, verrà inglobata nel giornale-madre ribattezzata col nome *L'Unione Sarda del lunedì*.

Merita un simpatico ricordo un altro giornale sportivo ormai dimenticato, ma che fu palestra per giovani cronisti che si affermeranno in seguito nelle principali testate e che ebbe un vasto successo tra un pubblico di appassionati lettori. Si chiamava *L'Isola Sportiva* ed era rosa proprio come la *Gazzetta dello Sport*. Parliamo del settimanale diretto da Bruno Carta che per otto anni tra il Cinquanta e il Sessanta aveva fatto concorrenza ai quotidiani in termini di copie vendute. Editore e finanziato da Ugo Fossataro nasceva dalla passione di un poker di appassionati cronisti. Protagonisti di questa autentica impresa giornalistica Piero Caravano, Joseph Vargiu, Fabio Nieddu Arrica e Manlio Ravenna che raccontavano di tutti gli sport con grande spazio per il Cagliari di Berçarich e Serradimigni e per una boxe sarda che in quegli anni poteva contare su "stelle" del calibro di Tore Burruni, Fortunato Manca e Piero Rollo. Campioni capaci di richiamare allo stadio Amsicora trentamila appassionati da tutta la regione. C'è stato anche un piccolo record di cui ancora oggi Piero Caravano va fiero: nel 1961, mezz'ora dopo la conclusione della tappa in Sardegna del Giro d'Italia, la redazione dell'*Isola Sportiva* era stata capace di mettere in distribuzione una edizione speciale contando sull'impegno di decine di giovani "strilloni" nelle vie principali di Cagliari.

Il duopolio nell'Isola

Il quotidiano cagliaritano tra gli anni '50 e '60 continua a crescere per numero pagine, pubblicità e lettori. *L'Unione* e *La Nuova* si spartiscono il mercato, con circa 70 mila copie vendute complessivamente. Il giornale sassarese si avvicina su posizioni della Dc che ha proprio a Sassari un vivace movimento di giovani cattolici democristiani, soprattutto con l'affermazione politica di Antonio Segni che nel 1962 verrà eletto presidente della Repubblica. Il giornale di Cagliari naviga su posizioni moderate sotto la guida del conte Giulio Spetia e poi per un breve periodo di Antonio Ballero, il cronista di punta della redazione. *La Nuova*, che si è estesa nel Nuorese con un'informazione più capillare e un'attenzione maggiore, comincia a preoccupare il concorrente del capoluogo. Così gli editori (i Sorcinelli) decidono di rilanciare il giornale chiamando alla direzione un giovane, ma già affermato giornalista romano di una famiglia profuga dall'Istria, Fabio Maria Crivelli: giunto nel 1954 resterà alla direzione ben 22 anni, sino al 1976. Già anziano, farà una breve ricomparsa nel biennio

1986-1988, richiamato – come vedremo più avanti – per traghettare il giornale in un momento molto difficile di transizione con il passaggio alle nuove tecnologie che comportò forti tensioni politiche e sindacali in redazione.

La vivacità dei periodici

Un breve cenno, seppure questo saggio sia focalizzato sui quotidiani, merita la stampa periodica in Sardegna che – come scrive Giuseppina Fois (1982) – nonostante l'analfabetismo diffuso e una bassa scolarizzazione almeno sino agli anni Sessanta, presenta numerose testate. La maggior parte sono espressioni di élite politiche, culturali e religiose e vanno a coprire spazi lasciati dai due quotidiani leader.

Il primo sviluppo è originato dalla voglia di libertà, dopo il bavaglio e la censura del ventennio fascista. Già nel 1944, con la Sardegna liberata e con i sostanziosi aiuti degli americani, nasce il settimanale *Riscossa*, diretto dal sassarese Francesco Spanu Satta e dallo scrittore di Villacidro Giuseppe Dessì. Gli Alleati forniscono carta e mezzi per pubblicare una rivista che cominci ad educare i giovani ai valori della libertà e della democrazia. Ognuno dei partiti rinati – ricorda la Fois – vuole la sua voce: così escono i settimanali *Il Corriere di Sardegna* (Dc), *Il Lavoratore* (Pci), *Sardegna socialista* (Psiup), *Rivoluzione Liberale* (Pli), *Il Solco* (sardista), *Sardegna Democratica* (Democrazia del Lavoro), cui seguirà *Riscossa Sardista*, organo del Partito sardo d'Azione socialista fondato da Emilio Lussu dopo la scissione col Psd'Az.

Sin dai primi anni Cinquanta vengono fondati diversi periodici che, oltre a riflettere le opinioni e il dibattito politico che si andava sviluppando dall'indomani della nascita della Regione Autonoma (1948), aprono nuovi orizzonti culturali. La lingua e bilinguismo, la letteratura e l'archeologia, la storia sarda e il futuro dell'Isola uscita a pezzi dalla guerra, terra di emigrazione, di povertà diffusa soprattutto nella campagna e ancora con alti indici di analfabetismo. La politica, comunque, con tutti i risvolti del confronto tra democristiani, comunisti, socialisti e sardisti, resta sempre il tema più acceso e che attira i maggiori interessi. Politici e intellettuali sui periodici possono finalmente dare libero sfogo alle loro opinioni, con la stampa non condizionata se non dai costi per far uscire le varie riviste con una certa puntualità.

A Cagliari nel 1951 nasce il settimanale del comitato regionale del Pci, *Rinascita sarda* e, dal 1960, la rivista "autonomista" *Il Bogino* curata dal giornalista della Rai Ignazio De Magistris, dal giovane ma già autorevole antropologo di Bitti Michelangelo Pira e da Antonio Cossu. *Il Bogino* dedica la sua principale attenzione al Piano di Rinascita della Sardegna previsto dalla legge n. 588 del 1962, nell'ambito di un discorso politico-sociale più ampio per il rilancio dell'Isola ancora molto indietro rispetto al resto d'Italia dove già si comincia a parlare di boom economico.

Nell'aprile 1962 si presenta il primo numero del quindicinale *Sardegna Oggi*, diretto da Sebastiano Dessanay, mentre a Nuoro dal 1966 esce la *Nuova Città*, fondata da Cesare Pirisi. Inoltre, dal 1948 al 1967, viene pubblicata a Sassari *La Gazzetta sarda*, un giornale del lunedì, nei primi anni vivace organo di polemica politica giovanile, poi come vedremo più avanti trasformatosi in foglio quasi esclusivamente sportivo quale settimo numero de *La Nuova Sardegna*.

Dal 1956 al 1965 uscì la seconda serie di *Ichnusa*, rivista diretta dall'intellettuale Antonio Pigliaru, molto attenta ai temi della rinascita sarda. Tra il 1958 e il 1964 i "giovani turchi" – così veniva definito il gruppo formatosi nel 1956 nella Dc sassarese attorno a Francesco Cossiga – pubblicarono un quindicinale, *Il Democratico*, diretto prima da Gerolamo Colavitti e poi da Pietro Soddu.

Nel 1960 si tiene a battesimo *Sassari Sera*, il mensile più longevo che durerà oltre quarant'anni, grazie alla vivacità e al dinamismo del direttore Pino Careddu, acuto polemista e cronista politico capace di "scoop" clamorosi grazie alle sue entrate nel Palazzo e alle amicizie con i big dei partiti. *Sassari Sera* farà sempre discutere e, seppure spesso criticato e accusato di forzare le notizie a scopo scandalistico, sarà temuto e letto con passione e anche divertimento da un affezionato pubblico di lettori, non solo sassaresi.

Nell'aprile del 1967 esce il quindicinale politico-culturale *Il Giornale*, diretto da Antonello Satta. Nel dicembre dello stesso anno *Autonomia Cronache*, bimestrale di politica e cultura di area democristiana, mentre nel 1968 Remo Branca fonda *Frontiera*, mensile di cultura, arte, scienza, politica e umanità.

Un ruolo importante – sottolinea Andrea Corda nel suo saggio del 2013 – viene svolto dalla stampa cattolica che raggiunge i fedeli lettori delle diocesi e delle parrocchie. Negli anni Settanta continuano ad uscire le pubblicazioni periodiche diocesane: i settimanali *Orientamenti* di

Cagliari, *Il Corriere del Sulcis* di Iglesias, *Vita Nostra* di Oristano, *Nuovo Cammino* di Ales-Terralba, *Voce del Logudoro* di Ozieri e *Libertà* di Sassari, i quindicinali *L'Ortobene* di Nuoro diretto dal sacerdote e dinamico giornalista don Luigi Bussu, *Gallura&Anglona* di Tempio-Ampurias e il mensile *Ogliastra* di Lanusei. Alcuni sopravvissuti sino ai tempi recenti e diffusi ancora oggi, nonostante l'età avanzata dei loro promotori e direttori.

Figura di prestigio di quegli anni è monsignor Giuseppe Lepori, fondatore del *Quotidiano Sardo*, e anche direttore del quindicinale di informazione politica, economica e sociale *Sardegnavanti*. Una palestra per tanti giovani pubblicisti e futuri professionisti.

Iniziarono anche le pubblicazioni promosse dai principali gruppi politici presenti in Consiglio regionale. In particolare, nel 1972, *Pci Regione Informazioni* con responsabile Giuseppe Podda, uno dei più noti giornalisti sardi, critico di cinema, profondo cultore di memorie e storia di Cagliari, cronista instancabile e rigoroso: il suo impegno nel Partito è uguale alla passione e alla competenza per la carta stampata. Dirigerà, oltre *Rinascita sarda*, diversi periodici del Pci e di cinema, e sarà a lungo corrispondente per la Sardegna dell'*Unità*, "maestro" di giornalismo e di vita per tanti giovani allievi. La sua appartenenza politica non gli impedirà di collaborare alle pagine della Cultura de *L'Unione Sarda*, chiamato a dare un prezioso contributo da un altro grande giornalista e intellettuale di sinistra, ma spirito libero e di molteplici interessi, quale fu Alberto Rodriguez. Lo stesso Rodriguez, tra i maggiori esperti di jazz nazionali degli anni Settanta, darà il suo contributo ai periodici del Pci, al quotidiano romano *Paese Sera*, alle trasmissioni culturali di *Rai Sardegna* e sarà tra i protagonisti del rilancio del quotidiano cagliaritano per la grafica, i contenuti e il rinnovamento tecnologico.

Dopo queste doverose citazioni di due giornalisti che tanto hanno dato e lasciato all'affermazione della stampa sarda, concludiamo il panorama sui periodici: ecco

nel 1974 la rivista "*Dc, Autonomia, informazioni*", diretta da due politici di peso quali Pietro Soddu e Nino Carrus. Nel 1974 nasce il mensile fondato e diretto da un altro giornalista di prestigio quale Giorgio Melis che, dopo aver lasciato temporaneamente *L'Unione Sarda*, conduce *Sardegna Autonomia*, contenente le notizie più importanti relative alle attività del Consiglio regionale. Inoltre nel 1973 apparve *Il Sassarese*, rivista locale di cronaca e politica, diretta da Enrico Porqueddu.

Il mensile degli emigrati

Un caso particolare da raccontare è quello de *Il Messaggero Sardo*, mensile promosso dal Fondo sociale della Regione, che veniva inviato gratuitamente ai circoli degli emigrati sparsi in tutto il mondo. Nasce nel 1969 per iniziativa dell'assessore regionale al Lavoro Angelo Giagu De Martino con la direzione di Lucio Artizzu, poi sostituito con Enrico Clemente in qualità di presidente dell'Associazione della Stampa sarda. Con lui lavorano Gianni Massa, Giorgio Melis e Romano Azuni. Nel 1973, per motivi più politici che economici essendo finanziato dalla Regione dove era in atto un forte dibattito tra i partiti rappresentati in Consiglio e le stesse correnti democristiane, interrompe le pubblicazioni. Le riprenderà l'anno seguente con una cooperativa costituita ad hoc da un gruppo di validi professionisti di diversa provenienza redazionale e politica. La cooperativa è formata dai giornalisti Gianni De Candia, Gianni Massa, Remo Concas, Alberto Rodriguez, Ezio Pirastu, Villio Atzori, Milvio Atzori e tre segretari regionali dei sindacati confederali sardi.

Presidente-direttore della coop viene nominato De Candia, nella redazione sono rappresentate in pratica tutte le principali testate che operano nell'Isola, la Rai, le agenzie Ansa e Agi e l'ufficio stampa del Consiglio regionale. I componenti della redazione sono tutti personaggi di prestigio nella categoria, a collaborare chiamano giovani colleghi professionisti e soprattutto pubblicisti che proprio col *Messaggero* cominciano a farsi conoscere e a maturare le prime esperienze. Molti di loro faranno carriera nelle rispettive redazioni. *Il Messaggero Sardo* diventa l'organo ufficiale della Consulta per l'emigrazione e per gli emigrati in Italia e all'Estero (i sardi sono oltre centomila). Viene spedito gratuitamente a casa e a tutti i circoli dei sardi, nella sua lunga vita (tra il 1974 e il 2010) da 25 mila copie arriva a diffonderne 75 mila nei tempi migliori.

Per i nostri connazionali all'estero e nella penisola è la voce per tenersi informati sui fatti della Sardegna e per farsi sentire: molto importanti sono la rubrica delle lettere e le notizie da tutti i circoli. Per gli emigrati è davvero un appuntamento mensile irrinunciabile nel quale si riflettono con i loro congressi, gli eventi culturali, i personaggi e le storie. *Il Messaggero* svolge un ruolo di informazione, ma anche sociale, eppure conoscerà momenti di crisi per i finanziamenti, sarà costretto ad uscire in ritardo e a saltare numeri, a una vita difficile sino alla chiusura per mancanza di un sufficiente sostegno finanziario: i tagli negli assessorati regionali non

risparmiano neppure la storica rivista, nonostante le proteste e le richieste degli emigrati che sentono venir meno la loro voce “storica”. Nel 2011 riparte con una nuova testata *Il Messaggero sardo.com* (sottotitolo “Il nuovo giornale dei sardi nel mondo on line”). Esce mensilmente sul sito e una volta all’anno con un numero cartaceo.

Tra i periodici più longevi bisogna ricordare l’*Almanacco di Cagliari*, nato nel 1964 con un leggero numero di poche decine di pagine ed arrivato agli anni Novanta ad essere quasi un libro di 4/500 pagine. Fondato e diretto da Vittorio Scano, che scrive numerosi articoli anche sotto pseudonimo, raccoglie attorno all’annuario le migliori firme del giornalismo sardo e numerosi intellettuali e studiosi dell’ambito culturale e universitario. L’*Almanacco* diventa nel tempo una rivista cult, non viene venduto in edicola, ma distribuito in oltre diecimila copie agli inserzionisti che sono i veri e fedeli sostenitori di questa originale iniziativa editoriale. I numeri più vecchi e rari vengono ricercati dai collezionisti nei mercatini dell’usato e tra i bibliofili. E ogni gennaio si attende il nuovo numero che presenta articoli a 360 gradi sulla città e sulla Sardegna, valorizzando personaggi, eventi storici e attuali, le realtà emergenti economiche, sociali e nel campo della medicina e delle scienze.

Parlando di longevità giornalistica un altro fenomeno sono i periodici della “Gia”, la casa editrice fondata da un giovane pubblicitario Giorgio Ariu ai primi anni Settanta, e che ancora oggi escono regolarmente in edicola: *Il Cagliaritano*, è la testata più nota, oltre a riviste dedicate allo sport, al Cagliari calcio e al basket, al porto cittadino e al turismo. A partire dalla fine degli anni Settanta escono *Panorama Sardo*, annuario economico (giunto alla trentacinquesima edizione nel 2014) diretto ed edito dal giornalista Valerio Vargiu e il periodico *Sardegna Industriale* pubblicato, sotto diversi direttori, dalla Camera di Commercio di Cagliari.

L’economia su stampa e Tv

Tra i periodici sempre puntuali in uscita si è conquistato un posto di rilievo il mensile *Sardinews*, fondato nel 2000 da Giacomo Mameli e giunto ormai al quindicesimo anno. Mameli viene da un trentennio all’*Unione*, dove ha fatto tutta la “carriera”, specializzandosi nel settore del lavoro, del sindacato e dell’economia, per poi passare alla *Nuova* come autore di interviste e reportage, ma alle spalle ha anche un lungo

passato di cronista in prima linea nelle vicende di nera e dei sequestri. All’*Unione* a metà degli anni Ottanta avvia le pagine di economia e del lavoro, argomenti sempre trattati a metà strada tra politica e cronaca. Ora diventano pagine autonome e acquistano, come nei giornali nazionali, primaria importanza. Questa sua esperienza verrà trasferita anche in Tv, con un programma settimanale in prima serata che avrà molto seguito di audience e durerà oltre un decennio, avvicinando il pubblico sardo, con un linguaggio comprensibile a tutti, verso temi sino allora ignorati o riservati a un élite di ascoltatori. Mameli, attraverso il giornale e la Tv, fa capire con semplicità che l’andamento delle Borse, del turismo, delle industrie, del lavoro dei contadini e dei pastori, non riguardano solo gli specifici settori, ma ogni istante della nostra vita quotidiana. *Sardinews*, che esce in edizione cartacea, ovviamente si è adeguato ai tempi con un proprio sito.

Giacomo Mameli, autore anche di saggi e romanzi, può essere considerato l’inventore del giornalismo-economico in Sardegna, all’inizio un po’ naïf, poi sempre più qualificato e specialistico come dimostrano gli inserti e le pagine oggi pubblicate dall’*Unione Sarda* e dalla *Nuova Sardegna*, o con i programmi *di Videolina* e di *Sardegna 1*, con giornalisti sempre più specializzati e preparati.

Le agenzie di stampa

Ulteriore conferma della vitalità del settore giornalistico in Sardegna, a partire dagli anni Sessanta, era data dalla presenza delle redazioni locali delle principali agenzie di stampa: nel 1961 l’Agi (Agenzia Giornalistica Italia) aprì una sede a Cagliari con caposervizio Gianni Massa, redattore esperto di cronaca giudiziaria Luigi Grivel, seguita dal 1968 dall’Ansa (Agenzia Nazionale Stampa Associata), con Annibale Paloscia primo caporedattore, poi a seguire diretta da Ninni Carta, Gianni De Candia e Giorgio Greco.

Nel quadro generale della crisi dell’editoria anche le agenzie, negli ultimi anni, hanno subito tagli molto pesanti, limitando attualmente la presenza nell’Isola a pochi giornalisti e di conseguenza riducendo i notiziari alle informazioni essenziali. Un suo spazio se lo è ritagliato nel tempo anche il dinamico e con buone fonti politiche Giangiacomo Nieddu, collaboratore di radio e periodici, conduttore televisivo nelle tv private,

nonché titolare dell'agenzia Sess (Servizio stampa Sardegna), oggi ancora presente con i figli.

I giornali nazionali

Alla metà degli anni Settanta – riporta Corda (2011) – nel pieno processo di industrializzazione della Sardegna e in clima di battaglia per il predominio nella petrolchimica, vediamo un momento di forte presenze nella stampa quotidiana che, oltre a *L'Unione Sarda* e a *La Nuova Sardegna*, nel 1974 conta alcuni uffici di corrispondenza di giornali nazionali come *Avanti!*, *Il Globo*, *Paese Sera*, *L'Unità*, *Il Tempo* e *Il Popolo*. I quotidiani *L'Unità*, *Il Tempo* e *Il Giornale d'Italia* pubblicavano fino a pochi anni prima un'intera pagina giornaliera dedicata alla Sardegna. *L'Unità* cominciò le pubblicazioni dell'edizione sarda nel 1947, per poi cessarle nel 1962. La pagina regionale de *Il Tempo* durò dal 1953 al 1972, mentre quella de *Il Giornale d'Italia* aveva origine più lontane: sorta nel 1912, chiuse le pubblicazioni nel 1972. *Il Popolo*, quotidiano della Dc, pubblicò (dal 1958 al 1962) due pagine dedicate alla Sardegna nell'edizione chiamata *Il Popolo Sardo*.

In edicola, seppure non sempre puntuali causa i problemi dei trasporti con l'aereo postale del primo mattino, arrivavano tutti i più importanti quotidiani nazionali indipendenti, politici e i tre sportivi (*La Gazzetta dello sport*, *Il Corriere dello Sport*, *Tuttosport*) che hanno avuto un largo seguito grazie ai successi del Cagliari, a partire dall'inizio dell'avventura in serie A che culminerà con l'epico scudetto del 1969-70. Il torinese *Tuttosport* cominciò ad arrivare tre volte la settimana sin dal 1947, per poi diventare quotidiano, e per ben 53 anni (un vero record) sarà coperto dal corrispondente Piero Caravano. Carmelo Alfonso sarà la puntuale voce della *Gazzetta*, mentre Giampaolo Murgia seguirà per molti anni le vicende del Cagliari per il *Corriere* romano.

Capitolo 6 Il periodo di Rovelli

Gli anni Sessanta sono caratterizzati dal fenomeno battezzato dagli storici di “rovellizzazione”, poiché la proprietà passa nelle mani dell'industriale lombardo Nino Rovelli che in pochi anni diventerà il re della chimica in Italia e di fatto il padrone dell'Isola. Acquista direttamente *La Nuova Sardegna* (1967) e poi *L'Unione Sarda* attraverso società fiduciarie, costituendo un monopolio regionale della stampa: la sua filosofia imprenditoriale, che lo porta con la SIR a fondare i poli della petrolchimica a Porto Torres, a Cagliari e a Ottana, è quella di gestire il potere con il controllo totale della stampa. I giornali, insomma, come strumento per condizionare la classe politica-industriale e per convincere l'opinione pubblica sulla bontà delle scelte indirizzate all'industrializzazione, anche a scapito del turismo, dell'ambiente e della vocazione agropastorale dell'Isola. Nasceranno cattedrali nel deserto, i pastori indosseranno le tute degli operai e per un decennio la Sardegna coltiverà il mito dell'industrializzazione. Come il processo economico, sociale e culturale – legato al Piano di Rinascita voluto dalla classe politica di allora con scelte all'epoca giustificate, ma in prospettiva perdenti – andrà drammaticamente a finire lo racconteranno le cronache del dopo Rovelli e ora i libri di storia.

Sul periodo di Rovelli e del tentativo di creare un'industria nell'Isola in alternativa al settore agropastorale esiste un'ampia bibliografia. Numerosi studi e saggi ripercorrono passo passo gli eventi, raccontando i retroscena politici che si mossero a livello regionale e soprattutto nazionale poiché il fenomeno si deve inquadrare nel più complesso scontro per il dominio del settore chimico italiano tra i colossi dell'Eni e della Montedison. Ai gruppi e potentati politico-finanziari si associa anche la guerra per il controllo dei principali giornali nazionali. In mezzo la Sardegna, pedina non piccola in questo scacchiere che tra gli anni Sessanta-Settanta succhiò un fiume inesauribile di denaro pubblico, creando un sogno economico che alla fine si infranse fragorosamente nel tracollo generale. Chi poté tra ex pastori e contadini diventati operai tornò nelle campagne nel frattempo abbandonate, ma la maggior parte fu costretta ad emigrare o a vivere di assistenza pubblica. Il sogno della petrolchimica si rivelò alla fine un'il-

lusione di cui oggi paghiamo ancora le conseguenze di una fallimentare programmazione.

In queste pagine ci interessa ripercorrere sinteticamente la stagione di Nino Rovelli, rimandando ad una lettura più analitica e approfondita del bel saggio di Rosario Cecaro *“Industrie culturali”* (2009), assai completo e dettagliato sull’argomento perché scritto da un giornalista che visse dal di dentro i fatti narrati, e ai due saggi di Sandro Rujju sulla SIR e la stagione della petrolchimica (1983 e 2003.)

Il brianzolo Nino Rovelli, battezzato dai giornali il “Clark Gable lombardo” per i baffetti, la somiglianza e i fascinosi modi da seduttore che lo avvicinavano al celebre attore americano, è il proprietario della SIR, una piccola azienda che negli anni Cinquanta cominciava ad inserirsi nel nascente settore della chimica italiana. All’epoca la chimica era nelle mani della Montecatini che diventerà Montedison con la Edison, in competizione col polo pubblico rappresentato dall’Eni, l’ente fondato e guidato sino alla tragica morte da Enrico Mattei (precipitò col piccolo aereo della società in circostanze misteriose il 27 ottobre 1962). Al suo posto subentrò Eugenio Cefis. Rovelli, dunque, si era arricchito durante la guerra fabbricando e vendendo caldaie a vapore per la produzione di energia elettrica. Negli anni Cinquanta comincia a produrre prodotti chimici quali le resine sintetiche e ai primi anni Sessanta sbarca in Sardegna acquistando la Rumianca, un’azienda di Assemmini. È la prima pietra di un castello destinato a crescere nel volgere di pochi anni. L’imprenditore fa incetta di fabbriche in particolate nel nord, nella zona di Porto Torres dove nasce il polo industriale. La SIR in un decennio può contare su oltre cento aziende. Come spiega Cecaro: «Lo scopo di questa moltiplicazione non era di natura organizzativa o tecnica, ma serviva per muoversi più agevolmente nelle pieghe della legislazione e rastrellare più possibile i contributi pubblici. Gli stabilimenti sardi della SIR crebbero rapidamente: in tre anni (1973-1974) il gruppo quasi sestuplicò il fatturato passando da 135 miliardi a 600. Solo negli stabilimenti di Porto Torres lavoravano 20 mila persone, incluse le imprese d’appalto».

Nella chimica italiana era in atto lo scontro tra tre grandi gruppi che si contendevano il controllo dei nuovi imperi. Da una parte il presidente dell’Eni Eugenio Cefis che era passato alla guida della Montedison, lasciando il colosso statale al suo assistente Raffaele Girotti. Costui si alleò con Rovelli, a capo del terzo gruppo, perché a sua volta desse la scalata alla Montedison. Un intreccio politico-finanziario complicato e senza scru-

poli. Riprendiamo la ricostruzione di Cecaro: «Per raggiungere questo obiettivo era importante condizionare le scelte politiche sulla programmazione del settore chimico che, di fatto, finivano con l’assegnare le quote di mercato alle singole aziende. Fra i tre principali gruppi concorrenti fu combattuta una guerra condotta secondo i principi delle strategie militari e la Sardegna, individuata da Cefis come roccaforte di Rovelli, divenne terra di scontro».

Il campo di battaglia fu la piana di Ottana, nel centro del povero Nuorese, dove i politici avevano deciso di avviare un ampio insediamento industriale per dare una risposta alla povertà, creare le basi di un nuovo sviluppo che superasse la tradizionale economia agropastorale e desse anche una risposta alla lotta contro il banditismo. Era l’epoca dei rapimenti che andavano aumentando anno dopo anno (si arrivò anche a otto, nove ostaggi contemporaneamente nelle mani delle varie “Anonime sequestrati”). Alla fine l’insediamento di Ottana fu realizzato dall’Eni, ma si rivelò un parziale fallimento.

Rovelli, che nel decennio era diventato il “padrone” della Sardegna, vide il suo impero raggiungere il massimo e poi crollare rapidamente pezzo dopo pezzo. La parabola discendente cominciò della SIR cominciò nel 1978 quando un’inchiesta giudiziaria portò al blocco dei finanziamenti pubblici al gruppo petrolchimico. A concorrere alla crisi della società fu la sfavorevole congiuntura economica internazionale. Poco dopo l’avvio dell’inchiesta, uscirono di scena sia Rovelli che Cefis: il gruppo, che di fatto apparteneva alle banche creditrici, fu ceduto a pezzi e gli stabilimenti di Porto Torres, drasticamente ristrutturati, passarono all’Eni.

La Sardegna sotto controllo

In questo quadro si riconducono le vicende dei due principali quotidiani sardi che vissero un decennio travagliato. Come già stava accadendo a livello nazionale, i grandi gruppi industriali puntarono sull’acquisizione dei giornali e dei periodici non tanto per realizzare guadagni (i bilanci dei quotidiani senza le sovvenzioni pubbliche erano tutti in rosso), quanto invece per creare un’immagine, condizionare le scelte politiche e sostenere i politici “amici”. Rovelli fu tra i primi a capire l’importanza dei media e di un’informazione sotto controllo, così inserì l’acquisto dei due giornali sardi nelle strategie di espansione industriale. In questo proget-

to di creazione dell'immagine entrarono altre operazioni "pubblicitarie" popolari come l'acquisto dell'Olimpia di basket che in serie A diventerà "Brill Cagliari" con ottimi risultati e soprattutto del "Cagliari calcio" che nel 1970 vincerà lo storico scudetto. Nei giorni dell'euforia collettiva per la clamorosa vittoria calcistica, i tifosi inneggiavano a Rovelli e all'altro industriale del petrolio, Angelo Moratti, proprietario dello stabilimento di Sarroch della Saras (Sandro Rujū, 1998).

L'acquisizione dei due quotidiani avvenne con modalità differenti. *La Nuova* alla luce del sole attraverso il trasferimento delle quote della società editrice dai vecchi al nuovo proprietario. *L'Unione*, invece, attraverso una fiduciaria in modo da non far comparire i nomi di Rovelli e della SIR (il segreto di Pulcinella perché era cosa nota a tutti). Formalmente Rovelli poteva negare di essere il proprietario dell'*Unione Sarda*, in cui figurava l'aristocratico avvocato Giuliano Salvadori del Prato e dunque di possedere il monopolio della stampa nell'Isola. Il controllo dei giornali si poteva esercitare in due modi: con la diretta proprietà o con finanziamenti palesi (la pubblicità) e occulti. Rovelli percorse entrambe le strade.

Gli obiettivi erano manifesti: sostenere i politici per rastrellare il massimo dei contributi pubblici, creare una buona immagine di un settore inquinante e pericoloso per la salute degli stessi operai come quello della petrolchimica, pilotare l'informazione e soprattutto tacere su fatti e argomenti (come inquinamento e la salvaguardia dell'ambiente) che potessero danneggiare gli investimenti.

I sette anni della *Nuova* sotto la proprietà di Rovelli furono tormentati all'interno della redazione quanto all'esterno. Non tutti i giornalisti accettarono la linea ufficiale di appoggio allo sviluppo della petrolchimica nell'Isola e di riflesso alle posizioni politiche che si riflettevano nelle cronache e nei commenti. Un peso particolare lo assunse il sindacato dei giornalisti attraverso il comitato di redazione e gli organi regionali (Assostampa) e nazionali (Fnsi).

Cecaro ricorda il caso di Enrico Clemente, una delle firme più autorevoli della testata sassarese e componente della giunta della Fnsi, dunque ai vertici del sindacato nazionale. Clemente fu licenziato e poi riassunto dopo scioperi e manifestazioni di solidarietà degli stessi colleghi e di tutti i giornalisti d'Italia.

Il caso portò all'attenzione pubblica nazionale e aprì un forte dibattito politico in Sardegna il problema del monopolio dell'informazione nell'Isola: politici, sindacalisti, intellettuali e gli stessi giornalisti in prima fila,

si batterono per far emergere una situazione molto complessa perché si scontrava anche con i programmi di sviluppo economico delle zone più povere dell'Isola.

Cecaro, che appunto visse dal di dentro quei difficili momenti, spiega bene che i giornali dell'epoca parlavano di Rovelli come manager e anche del personaggio, ma non c'è traccia di interventi della SIR per favorire un "culto della personalità". C'era invece molta attenzione sulla pubblicazione di notizie che riguardavano le aziende del Gruppo. Ai direttori veniva chiesto di non dare notizie o di darle in modo vago su fatti di cronaca che riguardavano la SIR, come incidenti sul lavoro, episodi di inquinamento e azioni sindacali. Questo emerge dalle testimonianze dei giornalisti di allora e dall'analisi strutturale dei giornali (titoli, articoli, numero di notizie pubblicate, posizione nelle pagine, etc.) che dimostrano quanto fu avvolgente il fenomeno di "rovellizzazione". In questo contesto scattarono meccanismi interni di controllo da parte dei capi dei vari servizi delle due testate e anche forme di autocensura.

I numeri delle copie erano alti, considerando che i due quotidiani costituivano davvero il monopolio (con l'esclusione dell'informazione della Rai regionale) sino a metà degli anni settanta, quando nacquero e cominciarono a diffondersi le prime radio libere e le prime televisioni private.

Centomila copie al giorno

Nel 1973 *L'Unione Sarda* vendeva circa 50 mila copie, *La Nuova Sardegna* 25 mila copie, e altre 25 mila i giornali nazionali (*Il Corriere della Sera*, *La Stampa*, *Il Messaggero*, *Paese Sera*, *L'Unità* che aveva a Cagliari il suo infaticabile e validissimo giornalista Giuseppe Podda e *Il Tempo* che faceva una pagina regionale col corrispondente Memo Concas, *Il Giorno*, *La Gazzetta dello sport* e *Il Corriere dello sport*). I giornali nazionali, tuttavia, venivano inviati con l'aereo postale notturno – legato quindi per la distribuzione alle condizioni meteorologiche e al trasporto – giungendo in edicola spesso nella tarda mattinata. In totale, circa centomila copie. Ed è in questo contesto che, come vedremo, si inserì *Tuttoquotidiano* che, per quasi biennio, riuscì a ritagliarsi una buona fetta di mercato (con punte di 25 mila copie vendute), minacciando nell'estate del 1974 la leadership cagliaritano dell'*Unione Sarda*. Solo a quel punto la storica testata cominciò a "svegliarsi" dal torpore del "rovellismo" avviando un processo di

rinnovamento in redazione, nei contenuti e nella foliazione, con più pagine, più argomenti sui giovani, il mondo femminile, la scuola, la cultura e un'azione critica sui problemi della città e sul dibattito politico in atto.

All'*Unione Sarda*, grazie alla cauta ma decisa direzione di Fabio Maria Crivelli, non ci furono gli stessi problemi interni della *Nuova*, anche perché formalmente il giornale apparteneva a un fiduciario che «offriva – come scrive Cecaro – una sorta di paravento sia a Rovelli che alla redazione». Tuttavia alla fine il tappo saltò proprio per la personalità del direttore che si autolicensiò dopo essersi rifiutato di pubblicare un comunicato della SIR. Un forte segnale politico, ma che voleva richiamare la proprietà ad un rilancio della testata che lui stesso aveva avviato con grande entusiasmo per contrastare l'offensiva di *Tuttoquotidiano*. Di fatto così avvenne, con il nuovo direttore Gianni Filippini e con la paternalistica gestione dell'avvocato Salvadori Del Prato che pilotò per quasi un decennio il passaggio da Rovelli all'editore nascente Nichi Grauso, nel frattempo affermatosi sul mercato dell'informazione radio-televisiva privata con *Radiolina* e *Videolina*.

L'avvocato Salvadori Del Prato – ricorda Gianni Filippini (nel volume del 2009) – apparteneva a un'antica e nobile famiglia trentina, barone ma con idee liberali, amante delle buone letture. Quando a metà anni Sessanta diventa ufficialmente editore del quotidiano cagliaritano ha già una lunga esperienza in campo editoriale, possedendo *L'Alto Adige* di Bolzano e *Momento Sera* di Roma. Come primo atto formale cambia il vecchio nome della SEI (Società editoriale Italiana) fondata nel 1946 dalla famiglia Sorcinelli, la quale è tornata in possesso della testata dopo le vicende della guerra. Nel periodo dell'acquisto l'azienda gode di ottima salute, i conti quadrano, il giornale trova il consenso dei suoi lettori: Salvadori del Prato costituisce "L'Unione Sarda Spa", lasciando per affetto e per "continuità" la presidenza del Consiglio di amministrazione a Roberto Sorcinelli (scomparso nel 1976), l'ultimo maschio della famiglia che da tre generazioni aveva guidato il giornale. Il suo posto verrà preso dalla figlia Silvana sino al 1985, quando cambierà ancora la proprietà del giornale.

In quegli anni, dietro le quinte, un ruolo importante lo esercitò il noto e stimato commercialista cagliaritano Andrea Borghesan, che sin dalla "rifondazione" fu vicino a tutti gli amministratori e ai direttori, contribuendo a tenere solidi i bilanci anche nei momenti più difficili e facendo da garante col mondo della finanza locale.

«Salvadori del Prato – afferma Filippini – è dunque un manager dell'e-

ditoria in campo nazionale. Benché manchino riscontri nelle fonti più attendibili e l'avvocato sostenga di essere l'unico e vero titolare dell'operazione, con buone ragioni negli ambienti politici, sindacali e giornalistici si parla in un primo tempo di proprietà acquisita dagli industriali della petrolchimica Nino Rovelli (SIR) e Angelo Moratti (Saras). Poi, qualche anno dopo, del solo Rovelli che nel 1967 possedeva già il pacchetto azionario della *Nuova Sardegna*. Al patrimonio industriale della SIR con i giornali sardi vengono aggiunti un settimanale, alcuni periodici e tre agenzie di stampa (Aga, Radiocor e Fineco). Non a torto, con forti accenti polemici e dure iniziative sindacali, si denuncia il monopolio dell'informazione in Sardegna. Comunque, il Garante dell'editoria nel maggio 1982 afferma che «l'avvocato Salvadori del Prato ha il controllo del quotidiano *L'Unione Sarda* di Cagliari nella sua qualità di amministratore unico della Spa "Pausania", proprietaria di tutte le azioni della Spa "L'Unione Sarda". «Secondo un'attendibile ma ufficiosa ricostruzione – sottolinea Filippini – le azioni dell'*Unione* fanno capo alla "Pausania" Spa e con un ulteriore passaggio ad Anstalt svizzere e del Liechtenstein, delle quali non è possibile individuare i veri proprietari».

Confermato direttore Fabio Maria Crivelli e superata la battaglia contro *Tuttoquotidiano*, il giornale va avanti migliorando il prodotto e le vendite. Sino al dicembre del 1976, quando Crivelli darà le dimissioni dopo ventitrè anni di ininterrotta direzione. In seguito spiegherà che la sua decisione fu determinata dai crescenti contrasti con Salvadori del Prato, non ultimo il rifiuto di pubblicare un comunicato che riguardava i problemi della petrolchimica.

Al suo posto viene nominato Gianni Filippini, all'epoca vicedirettore del giornale e direttore de *L'Informatore del Lunedì*.

La legge sull'editoria

In questo primo scorcio degli anni Settanta ci sono da rilevare altri due fatti: la bocciatura della legge sull'editoria e la nascita del terzo quotidiano. Agli inizi del decennio Rovelli aveva già messo le mani sull'informazione quotidiana regionale: il settore chimico rappresentava il 42 per cento dell'intero prodotto lordo dell'industria sarda. Nello stesso periodo fu portato avanti il progetto di un nuovo nucleo industriale ad Ottana con l'obiettivo di riequilibrare lo sviluppo tra città e campagna e per dare nuo-

vi sbocchi occupazionali nelle zone interne in fase crescente di spopolamento ed emigrazione. È qui, nella piana di Ottana, che si accende la lotta della “guerra per la chimica” tra la SIR e l’Eni di Cefis, mentre il petroliere Angelo Moratti si allarga con la Saras a Sarroch, nel bacino cagliaritano. Sono loro i veri padroni dell’Isola con cui i politici devono fare i conti.

Nel 1972 al Consiglio regionale viene presentata una legge che prevedeva la creazione di un centro stampa pubblico in grado di stampare quotidiani e spezzare il monopolio della SIR. Il numero (con votazione segreta) dei consiglieri favorevoli fu pari a quelli contrari, così la legge non passò perdendo un’importante occasione. Fu un tentativo politico pasticciato e compromesso, come spiega Andrea Corda nel suo saggio (2013) su *Tuttoquotidiano*: «Nel tentativo di incrementare il pluralismo nel settore della stampa quotidiana, si mossero alcune forze politiche (Pci, Psi e Dc), mediante la presentazione di una proposta di legge che intendeva unificare tre distinti progetti: il n. 109 “Provvedimenti per favorire la libertà di stampa e di informazione”, il n. 114 “Contributi a cooperative di giornalisti che intendono promuovere industrie editoriali dirette a realizzare in Sardegna nuovi quotidiani” e il n. 122 “Interventi della Regione Sarda per la tutela alla libertà di stampa”. Ad opporsi erano le forze minoritarie in Consiglio – Msi, liberali e Psiup – che non avrebbero certo potuto fermare l’approvazione della legge che, invece, fu bocciata. Cosa spinse la maggioranza a boicottare il progetto è semplice da capire, con i politici condizionati dall’influenza diretta o indiretta di Rovelli e dei suoi referenti nei partiti e nei palazzi del potere economico-finanziario. Così si lasciava inalterato il monopolio rovelliano *Unione-Nuova*. Ma i tempi erano ormai maturi per una nuova clamorosa esperienza.

Il Lunedì, un anno di battaglie

A Sassari su iniziativa di un gruppo di giornalisti dissidenti della *Nuova* venne fondato il settimanale *Il Lunedì* che uscì il 27 agosto 1973. L’obiettivo – rileva Corda – era di occupare lo spazio lasciato libero dal quotidiano sassarese che non andava in edicola il primo giorno della settimana. La proprietà era detenuta dalla cooperativa Cefis, presieduta da Giovanni Pisano, caposervizio della *Nuova* e costituita da redattori del giornale. *Il Lunedì* aveva una foliazione di 12 pagine dedicate ovviamente in gran parte allo sport, ma in cronaca venivano affrontati temi scottanti

come l’inquinamento, gli incidenti sul lavoro, le vertenze sindacali che nei due quotidiani non trovavano spazio. Il nuovo settimanale raggiunse una tiratura di 15 mila copie, battendosi in prima fila a favore della campagna referendaria per il divorzio. Tuttavia le entrate pubblicitarie e i finanziamenti di alcuni imprenditori sassaresi non erano sufficienti a coprire le spese: il 1° luglio 1974, dopo appena un anno, la coraggiosa iniziativa fu costretta a chiudere.

In questa situazione nella redazione sassarese il clima era diventato insostenibile per diversi giornalisti. Qualcuno, come il già citato Enrico Clemente, era stato messo nelle condizioni di non scrivere più. Si arrivò al licenziamento con la scusa che collaborasse a *Il Messaggero Sardo*, periodico per gli emigrati gestito da una cooperativa di giornalisti con finanziamenti della Regione. Un’accusa pretestuosa perché Clemente non aveva alcun contratto di esclusiva. La reazione della categoria a questa decisione fu forte e compatta a livello nazionale con la Fnsi che proclamò uno sciopero generale. Così l’editore decise di annullare il licenziamento. Poco dopo però arrivò l’esonero per un altro redattore, Edoardo Pittalis, a cui venivano contestate irregolarità amministrative per una trasferta al seguito della squadra della Torres. Il licenziamento questa volta non venne ritirato e portò allo sciopero di giornalisti e tipografi per circa due settimane. Il giornale, per iniziativa del direttore Aldo Cesaraccio e di alcuni collaboratori, uscì con qualche numero stampato nella tipografia Fossataro di Cagliari. Alla fine i redattori rientrarono al lavoro, ma i dissidenti più convinti e messi da parte dalla direzione, ben presto si dimisero per dare vita all’iniziativa che stava per nascere a Cagliari: *Tuttoquotidiano*. Con loro si preparavano alla nuova avventura anche una decina di giornalisti e collaboratori dell’*Unione Sarda*.

Insomma, un gruppo sostanzioso e qualificato di giornalisti lasciava le due testate storiche per passare ad una nuova esperienza editoriale, rischiando coraggiosamente in prima persona con la perdita del posto di lavoro certo in un momento economicamente difficile per tutta l’Italia e in particolare per l’Isola.

La crisi degli anni Settanta

L’editoria italiana a cavallo degli anni Settanta conosceva uno di quei momenti più acuti di crisi dal dopoguerra, che tanto fa ricordare la situa-

zione di oggi. Nel 1970 la vendita media dei quotidiani era sotto i cinque milioni di copie e tutte le testate presentavano bilanci in rosso. Questa situazione favorì l'ingresso nelle proprietà di grandi gruppi con interessi extra-editoriali, come appunto la SIR, e determinò cambiamenti di direzioni e di linea politica. In quel periodo dominavano i governi di centrosinistra a guida democristiana, con le varie correnti della Dc che si spartivano il potere nazionale e locale, e l'appoggio del Psi. Alla metà degli anni Settanta il Pci guidato da Enrico Berlinguer cominciò ad uscire fuori dalle vecchie logiche del partito e si aprì il dibattito sul compromesso storico tra Dc e Partito comunista. La vita dei giornali, dunque, fu determinata da questo complesso quadro storico, politico, economico che ebbe profonde ripercussioni sociali e culturali. L'Italia, che doveva fare i conti col terrorismo delle Brigate Rosse e dei vari gruppi eversivi di sinistra e dell'estrema destra, con un crescendo di rivendicazioni e lotte sindacali, dovette affrontare anche il problema della crisi della stampa. A salvare i giornali fu così la legge 416, approvata solo nel 1981 e conosciuta come la "Legge sull'editoria".

La fine di Rovelli

Tornando a Rovelli, l'imprenditore lombardo dopo aver consolidato il controllo dell'informazione in Sardegna acquistò nell'ambito della medesima strategia *Il Giornale di Calabria*, per fare un favore all'amico Giacomo Mancini, uno dei leader nazionali del Partito socialista. La SIR era ormai diventata il terzo gruppo italiano della chimica e sfidava i colossi Eni e Montedison, nel dominio del settore. Lo scontro, dunque, avveniva ai livelli più alti della politica e della finanza, tra Roma e Milano. A livello nazionale i grandi gruppi finanziari, oltre a Eni e Montedison, facevano a gara per rafforzare le loro posizioni strategiche con l'acquisto e il controllo delle maggiori testate (*Corriere della Sera*, *Stampa*, *Il Giorno*) e via via dei giornali locali. Su questo argomento è illuminante il famoso libro "Razza padrona" (1974, un best seller che fece scalpore scritto a quattro mani da Eugenio Scalfari e Giuseppe Turani) che rivela i retroscena, gli intrecci e gli scontri per il dominio sull'informazione. *Il Corriere* finì nelle mani della famiglia Rizzoli con dietro Montedison, gli Agnelli consolidarono la proprietà de *La Stampa*, mentre *Il Giorno* era dell'Eni. In quegli anni travagliati di scalate societarie, cambi di direzione, redazioni in fibrillazione sindacale guidate

da una forte Fnsi e spesso in contrasto con gli stessi direttori, si registrarono due fatti determinanti per l'editoria nazionale. Il grande Indro Montanelli, contrario alla linea dettata dal direttore Piero Ottone, nel 1974 lasciò la storica testata per fondare *Il Giornale*, mentre Eugenio Scalfari a sua volta nel 1976 pubblicò *La Repubblica* destinato a contendere al "Corriere" milanese la leadership nazionale del settore. Scalfari, che veniva dall'esperienza del settimanale *L'Espresso*, negli anni successivi prese la guida del nuovo gruppo *Espresso-Repubblica* che faceva capo alla CIR di Carlo Caracciolo e Carlo De Benedetti. Il gruppo attraverso la società Finegil, costituì una rete di quotidiani locali, tra cui *La Nuova Sardegna*.

Tramontato il sogno della chimica col settore stretto dalla crisi della seconda metà degli anni Settanta, finito nei guai giudiziari ed economici, Rovelli perse ogni interesse per la Sardegna e quindi per i giornali di cui presto si liberò.

Per i due quotidiani, ormai vetusti per tecnologie, grafica e impostazione, si rendeva necessario un urgente rinnovamento e un rilancio in grande stile con l'obiettivo di recuperare terreno sia nelle copie che nella pubblicità. Ma soprattutto i cambiamenti dovevano portare a una nuova credibilità dell'informazione messa a dura prova dagli eventi del decennio, non ultimo lo scandalo della P2 di Licio Gelli che sconvolse *Il Corriere della Sera*, ma che ebbe anche qualche marginale effetto nell'Isola (nei famosi elenchi figuravano alcuni nomi di giornalisti sardi, qualcuno orgogliosamente massone, altri invece che dichiararono di essere finiti nel calderone «a loro insaputa»).

La coraggiosa stagione di Tuttoquotidiano

In questo contesto si apre lo spazio per alcune voci dissenzienti che cercano di fare breccia nella cortina di silenzio, omissioni e informazione di regime imposta dalla proprietà di Rovelli. Ed ecco il 12 luglio del 1974 nascere a Cagliari il terzo giornale, *Tuttoquotidiano*, per iniziativa di un gruppo di imprenditori sardi. Direttore Pier Carlo Carta, ex corrispondente de *Il Giornale d'Italia*, che crea una robusta redazione con i giornalisti dissidenti usciti da *La Nuova* e alcuni, tra cui diversi validi collaboratori, che hanno lasciato *L'Unione* per la nuova sfida imprenditoriale. In redazione anche alcuni giornalisti esperti arrivati da Roma, come il capo dello sport Giuseppe Melillo.

Tuttoquotidiano è una novità assoluta: redazione e tecnologie modernissime, nella fiammante sede vicino all'aeroporto di Elmas (oggi nel capannone c'è la "Metro", un centro commerciale all'ingrosso), usa la fotocomposizione (cioè utilizza il computer per trasferire i testi sulla carta fotografica che sostituiva le righe e le colonne di piombo). Stampa con rotativa offset che garantisce una qualità superiore e soprattutto consente l'utilizzo del colore, la vera novità grafica che colpisce i lettori. È l'arrivo in Sardegna del sistema a freddo che utilizza i primi computer, mentre all'*Unione* i giornalisti lavorano ancora con le vecchie Olivetti 22.

In quello stesso edificio di Elmas, dove c'erano la redazione e la rotativa di *Tuttoquotidiano*, i tecnici della tipografia lavorano con forbici e taglierino sui banchi luminosi e vestono il camice bianco, mentre i due storici quotidiani continuano ad usare il tradizionale sistema a caldo: macchina da scrivere, linotype per comporre i testi su linee di piombo, usa le lastre di zinco per la riproduzione della pagina e le selle di piombo per stampare. Un sistema complesso che impiega più tipografi che giornalisti e necessita di un lungo processo lavorativo: il giornale si chiude verso l'una del mattino e va in stampa alle due-due e mezza. Monumento dell'epoca i due esemplari di linotype salvati come pezzi da museo e conservati uno in un padiglione della Fiera di Cagliari e l'altro all'ingresso del nuovo centro stampa de *L'Unione* vicino all'aeroporto di Elmas.

La tecnologia a freddo che si sta diffondendo in tutta Italia aiuta notevolmente il lancio del nuovo giornale che può pubblicare anche foto a colori e soprattutto si può permettere la ristampa anche a tarda notte grazie alla rapidità del sistema. In pochi mesi raggiunge le 25 mila copie, minando per la prima volta il primato assoluto dell'*Unione* sulla piazza cagliaritano. È fatto bene, notizie gridate, molto sport e spettacoli, scelte politiche di centrodestra ma una linea sostanzialmente di rottura con quella sinora dettata dal duopolio *Unione-Nuova*.

Tuttoquotidiano – come osserva nel suo studio Andrea Corda – apportò innovazioni grafiche considerevoli, oltre l'utilizzo del colore, anticipando alcune tendenze dell'editoria moderna: la prima pagina appariva come una vera copertina, una "vetrina" composta con i richiami che rimandavano agli articoli all'interno; usa l'alternanza di caratteri neri e forti o neri con grigi e corsivi, mentre adotta corpi molto grandi nei titoli delle cronache e titoloni cubitali per la Prima pagina e lo sport. Grazie alla qualità tecnica dell'offset e al colore utilizza ampiamente l'elemento

fotografico, usando anche lo "scontornato" (le foto ritagliate) impossibile per il tipo di stampa dei vecchi giornali.

La novità è anche nella struttura della foliazione, così come *Il Giorno* di Milano che già nel 1956 aveva portato indietro la Terza Pagina culturale, rompendo con la tradizione delle storiche testate milanesi e romane. *Tuttoquotidiano* è diviso in due parti: la foliazione esterna dedicata ai fatti nazionali, esteri, alla cultura e allo sport che ebbe un larghissimo spazio, il corpo centrale alle cronache locali. Un primo esperimento di "due giornali in uno", che verrà ripreso nel tempo da molti quotidiani locali e nazionali.

Tuttoquotidiano è aggressivo, spregiudicato e non mancano gli scivoloni giornalistici o i falsi scoop (come gli Ufo a Pula), ma il giornale piace e preoccupa la redazione di viale Regina Elena che cerca di correre ai ripari. «All'inizio – racconta Cecaro (2009) che lasciata *La Nuova* è tra i primi ad arrivare ad Elmas – non si conosceva il nome del proprietario del giornale, si facevano solo supposizioni: l'apparente disponibilità di risorse economiche faceva supporre che vi fosse dietro un importante finanziatore e si faceva il nome di Montedison che non confermava, ma neppure smentiva. La linea politico-editoriale non aiutava a scoprire la realtà».

Andrea Corda, nel ricostruire le vicende di *Tuttoquotidiano*, concentra il suo saggio sull'aspetto amministrativo andando a spulciarsi minuziosamente atti costitutivi, verbali di assemblee e bilanci della "Sedis", società proprietaria della testata con anonimato azionario. Inoltre raccoglie la testimonianza dell'ex direttore Carta (intervistato nell'agosto 2012) il quale conferma la presenza di Angelo Moratti nella cordata di imprenditori e professionisti sardi che avevano dato vita al progetto. La partecipazione del fondatore della "Saras Raffinerie" Spa con gli stabilimenti a Sarroch – principale antagonista di Rovelli nel settore petrolchimico nell'isola – si spiega anche con l'amicizia personale con Giuseppe Susini, il quale svolgeva un ruolo gestionale e operativo rilevante all'interno della Saras. Susini in precedenza era stato direttore de *L'Unione Sarda* e de *L'Informatore del lunedì*, nonché direttore del CIS (Credito industriale sardo).

Secondo la ricostruzione di Corda, oltre Moratti, la cordata era composta dal medico Paolo Ragazzo, il "re delle cliniche" a Cagliari, Luigi Giuntelli (imprenditore nel settore dell'edilizia), Enrico Rocca (proprietario dell'Hotel Mediterraneo e presidente del Cagliari calcio dal 1960 al 1970).

In realtà, quando la crisi venne a galla, si scoprì che dietro *Tuttoquo-*

tidiano non c'era alcun importante gruppo disposto a metterci i soldi necessari, ma la famiglia di Ragazzo, cognato dello stesso direttore Pier Carlo Carta, che aprì le casse sino a quando la situazione non divenne un pozzo senza fine, trascinando la società al fallimento. Il dottor Ragazzo, spinto sempre dall'entusiasmo instancabile di Pier Carlo Carta, anni dopo riproverà una nuova esperienza nel nascente settore delle tv private e commerciali fondando *Sardegna 1*. Dopo un iniziale successo risulterà anche questa emittente un bagno di soldi e porterà alla cessione all'imprenditore ogliastrino Giorgio Mazzella. Ma questa è un'altra storia e purtroppo storia di oggi con *Sardegna 1* – come abbiamo visto nell'analisi di Birocchi sulla stampa in Sardegna nel 2013 – con gravi prospettive di chiusura.

Riguardo *Tuttoquotidiano* di concreto c'era il grande entusiasmo di quel gruppo di giornalisti provenienti da esperienze eterogenee e con idee politiche diverse e persino contrastanti (gli ex *Nuova* erano di sinistra, ma lavoravano fianco a fianco con colleghi arrivati dal *Borghese* di Roma, settimanale storico della destra, e da *Il Giornale d'Italia*). A loro si aggiunsero giovani collaboratori e aspiranti professionisti che senza dubbio portarono una ventata di novità. Ancora Cecaro: «*Tuttoquotidiano* finì con l'aver due anime, una conservatrice nelle pagine nazionali, una progressista e ambientalista nelle pagine sarde, proprio in contrasto con i silenzi e le omissioni dei due quotidiani di Rovelli. Il giornale si fece promotore di una campagna sui rischi d'inquinamento e sui danni provocati dalle industrie petrolchimiche».

La terza e alternativa voce ottenne subito una buona accoglienza in edicola e, seppure con una certa diffidenza tipica dei sardi e dei cagliaritani verso il nuovo, si attirò anche simpatie e consensi politici. «*Tuttoquotidiano* registrò punte di vendita massime nell'edizione del lunedì (*Tutto del Lunedì*) in quanto si avvaleva di foto a colori e della competenza e delle idee del capo dello sport Giuseppe Melillo, proveniente dalla direzione del *Corriere dello sport*», racconta l'ex direttore Carta ad Andrea Corda.

L'Unione Sarda che si trova il competitor in casa e per la prima volta vede a rischio la sua indiscussa leadership, dopo un primo periodo di sconcerto e spiazzamento, corre ai ripari. In mancanza di tecnologie competitive punta sull'aspetto umano, sulla professionalità dei redattori e il prestigio dei giornalisti più anziani. Aumenta il numero delle pagine, arricchisce le cronache locali, apre le porte a un gruppo di giovani cronisti di valore. La battaglia si fa a tutto campo, *L'Unione* riesce a mantene-

re saldo il dominio nella pubblicità e nelle necrologie che costituiscono un elemento fondamentale nell'economia di un giornale regionale. Così quando si paventava un possibile sorpasso con *Tuttoquotidiano* in costante crescita e *L'Unione* in continuo calo attestato sotto le 50 mila copie, si verifica lo *showdown*. Nel giro di un anno si decide la partita con la sconfitta bruciante della nuova esperienza editoriale che paga una serie di fattori contingenti: il tradizionalismo e la fedeltà dei lettori cagliaritani, la qualità dell'informazione (anche se il nuovo giornale fotostampato è di gran lunga più moderno e pulito), i mancati e attesi introiti della pubblicità che continua a preferire la vecchia testata. In più una certa megalomania della dirigenza che porta in rosso i bilanci in modo irreversibile.

Dopo appena un anno di vita i costi (altissimi) non coprivano i ricavi delle vendite (buone) e della raccolta pubblicitaria (scarsa). Il risultato fu che la società editrice andò in crisi, cominciò a non pagare più gli stipendi, si accumularono i debiti.

In meno di un biennio si brucia così il sogno di una voce alternativa sul mercato. Di fronte a difficoltà economiche crescenti finisce nelle mani di un discusso imprenditore di Torralba, quel Flavio Carboni che ebbe poi molti guai giudiziari. Nel luglio 1976 la società editrice viene dichiarata fallita e la testata viene affidata dal giudice in autogestione a una cooperativa di giornalisti e poligrafici, appoggiati dal sindacato sardo e nazionale. Presidente della cooperativa è Gian Carlo Pinna Parpaglia, direttore Antonio Pinna. L'estremo tentativo di salvataggio, le richieste di aiuto alla Regione per contributi speciali all'editoria locale, gli appelli ad imprenditori per rilanciare la testata, si perdono per strada. Non basta la volontà e l'entusiasmo di quel manipolo di coraggiosi per la sopravvivenza, a fronte di costi crescenti per la carta e le materie prime. Nonostante la riduzione delle pagine, i sacrifici individuali e dell'intero giornale per gli stipendi, tutti gli sforzi risultano vani. Nel 1978 arriva l'inevitabile chiusura. Diversi giornalisti confluiranno nella nascente Terza rete regionale della Rai, alcuni nelle prime Tv e radio private, altri negli uffici stampa della Regione e di enti pubblici. Tra i giornalisti che hanno dato vita a quella avventura ci sono anche Alberto Pinna, ex *Nuova Sardegna* e futuro inviato speciale del *Corriere della Sera*, e Gino Zasso che in seguito diventeranno i preziosi corrispondenti dall'Isola del giornale milanese.

Così si conclude la più interessante esperienza editoriale di quegli anni. Il risultato positivo, visto dal di fuori, è stato che sulla spinta della concor-

renza si svegliarono sia *L'Unione* e che *La Nuova*, affacciandosi negli anni Ottanta con l'idea di necessari cambiamenti tecnologici e redazionali.

La Nuova, sulla spinta delle iniziative del gruppo *Espresso-La Repubblica*, si allineerà al cambiamento in atto nella penisola, mentre *L'Unione* – tra gli ultimi quotidiani a stampare ancora col piombo nel 1986 – farà il salto dal caldo all'elettronica senza passare per la tecnologia a freddo dell'offset, acquisendo i primi sistemi integrati in Italia. È l'evento dell'era del computer a 360 gradi. Dalla Olivetti 22 direttamente al pc in grado di gestire l'intero processo produttivo del giornale. Il colore e la fotocomposizione di *Tuttoquotidiano* erano già "archeologia".

Gli anni Ottanta

Gli anni Ottanta si aprono con la Sardegna in ginocchio in un momento economico e politico molto difficile dopo il crollo della petrolchimica, la chiusura delle fabbriche, manifestazioni e scioperi in ogni settore. Con il fallimento della SIR e del complesso gruppo societario facente capo all'imprenditore lombardo i due quotidiani hanno cambiato proprietà, mentre si è spenta drammaticamente l'esperienza di *Tuttoquotidiano*. Sul campo, dunque, restano *Unione* e *Nuova* a contendersi il primato e a spartirsi le zone di influenza in una competizione sempre più aspra.

Il giornale sassarese acquisito dall'editore Carlo Caracciolo ed entrato nelle sinergie amministrative-tecniche e redazionali del gruppo *Espresso-La Repubblica*, è il primo a muoversi e a rinnovarsi in tutti i sensi. Tutt'oggi il giornale sassarese appartiene a questa proprietà che dal 1980 lo ha rinforzato, sviluppato e dotato di tecnologie moderne, tanto da confermarne la solidità e la diffusione regionale. *La Nuova* è subito passata ad un formato tabloid ridotto, del tipo *La Repubblica*, puntando sulle edizioni locali con l'obiettivo di radicalizzare e fidelizzare la testata nel territorio, avvalendosi per l'informazione nazionale anche dell'agenzia Agl che ogni giorno fornisce servizi e articoli comuni all'intera rete locale del gruppo.

Così negli anni '80-'90 si accende il confronto col competitor cagliaritano nelle aree di confine diffusionale, in particolare nel Sulcis-Iglesiente, in Ogliastra, nel Marghine-Planargia e in diverse zone del Nuorese-Barbagia-Baronia-Sarcidano, con l'apertura di uffici di corrispondenza.

L'Unione, su cui torneremo in seguito, dopo l'era Rovelli passa attra-

verso un breve interregno nelle mani di Salvatori Del Prato e quindi viene acquistato da un giovane e intraprendente editore cagliaritano: Nicola Grauso. Quest'ultimo, pioniere dell'emittenza radiotelevisiva locale, nel 1975 apre *Radiolina* e pochi mesi dopo *Videolina*, che diventerà in breve una delle più importanti Tv locali a diffusione regionale, con una redazione sempre più nutrita e valida di giornalisti e collaboratori, produzioni proprie di grande successo (alcune – come "Sardegna canta" – dureranno oltre vent'anni) e la gestione dei ripetitori Tv attraverso i quali dovranno passare le emittenti nazionali. *Videolina*, sotto la direzione di Bepi Anziani, arriverà ad avere un'audience nell'80 per cento del territorio, superando di gran lunga persino la Terza rete regionale della Rai che, invece, avrà difficoltà ad estendere il segnale in molte zone dell'Isola. Bepi Anziani resterà saldamente alla guida per un ventennio, ottenendo ottimi risultati di audience con i Tg e una serie di fortunati programmi di approfondimento, realizzati con pochi mezzi, ma con qualificati professionisti e tecnici.

Videolina

«Nata quando era difficile nascere». Così recitava uno degli slogan più pubblicizzati da *Videolina* per sottolineare come l'emittente televisiva cagliaritana avesse contribuito ad aprire una breccia nel monopolio della comunicazione televisiva allora esclusivo appannaggio della Rai «Era il settembre del 1975 quando il primo segnale venne diffuso nell'etere ed il 3 luglio dell'anno successivo prendeva corpo anche un primo telegiornale», racconta il giornalista Giacomo Serreli, tra i pionieri dell'emittenza radiotelevisiva privata e all'epoca fiduciario della redazione di *Videolina*. La sua testimonianza viene riportata nel pamphlet "*DisUnione sarda*" (Cuec, 1997) che riassume un periodo difficile dell'editoria e dei media in Sardegna.

«TG Sardo, lo si battezzò, perché alla realtà locale sarda voleva richiamarsi e fare riferimento. Quell'iniziativa non nasceva quindi come mero fatto commerciale, ma anche come produzione di informazione giornalistica e proprio su questo piano la proprietà decise di caratterizzarla immediatamente; su questa scelta privilegiata si fondarono le successive strategie editoriali pur in una situazione di totale vuoto legislativo».

Da pirati illegali i componenti di quel nucleo redazionale costituirono per anni una voce capace con il tempo di affiancarsi a quelle ufficiali, di

acquistare i suoi spazi, di strutturarsi nel territorio con l'apertura di redazioni in altri centri dell'Isola; di crescere professionalmente pur mancando scuole, modelli o punti di riferimento se non quello derivante dallo spirito emulativo dell'emittente pubblica. Negli anni si afferma proprio nell'Isola il più alto indice di ascolto, tra le regioni italiane, dell'informazione prodotta dalle televisioni private e ciò conforta il consolidamento di quella proprietà dell'emittente di destinare buona parte delle sue risorse e della sua organizzazione all'informazione pura: matura, prima che in altre realtà italiane, una lungimirante contrattualizzazione del personale giornalistico, si creano i primi praticanti poi professionisti.

«A metà anni Ottanta – rileva Serreli – anche per effetto di una salutare concorrenza di altre iniziative di respiro regionale, giunge all'apice questo impulso che vuole nell'informazione, nei telegiornali, il principale prodotto da offrire ai telespettatori sardi da parte della prima tv privata isolana». Al punto che nel 1988 *Videolina* imposta quella struttura del telegiornale ancora oggi attiva, mutuata dal modello americano della “grande madre” delle televisioni di informazione, la CNN di Ted Turner. Un telegiornale ogni mezzora, dunque, reiterato con eventuali aggiornamenti e novità, spazzando l'abitudine dell'ascolto solo a determinate ore prefissate e occupando sette ore del palinsesto giornaliero. In oltre vent'anni (quando Serreli scriveva queste parole) «riteniamo che il TGS abbia costituito sui principi dell'indipendenza, dell'imparzialità e dell'equilibrio le ragioni della sua popolarità e credibilità dei sardi».

L'emittenza privata portò a rompere il monopolio radiofonico che con il *Gazzettino Sardo* in onda su Radio Cagliari faceva registrare una media giornaliera di 400 mila ascoltatori nella prima edizione tra le 14 e le 14,30 (Brigaglia, 1973).

L'Isola e L'Altro

Nel 1981 nascono altri due quotidiani: in febbraio *L'Isola* a Sassari e in giugno *L'Altro Giornale* a Cagliari. Entrambi di orientamento moderato (centrodestra) tentano di trovare uno spazio tra i lettori dei due principali quotidiani che invece si contraddistinguono su linee politiche sempre più verso la sinistra (il Pci in particolare, *La Nuova Sardegna*) e *L'Unione Sarda* in un difficile equilibrio tra le varie forze dominanti nel dibattito di quel periodo. Questo perché la maggiore diffusione dell'*Unione* si svilup-

pa in un bacino elettorale moderato a Cagliari, nell'hinterland e nell'Oristanese, ma anche in zone minerarie e operaie dove alto è l'orientamento di sinistra.

L'Isola (di proprietà di un giovane imprenditore Luisito Bozzo e condotto da giornalisti ex *Nuova*) e *L'Altro* (fondato dal costruttore cagliaritano Pier Giorgio Fanni e diretto da Pier Carlo Carta, lo stesso che aveva guidato l'esperienza di *Tuttoquotidiano*) escono con formato tabloid, utilizzano tecnologie moderne e la stampa a colori, sono realizzati da agili redazioni di intraprendenti giornalisti. Ma la vita di entrambi risulterà breve e i conti andranno presto in rosso, schiacciati dal peso delle due “corazzate” storiche che risponderanno alla nuova concorrenza con iniziative editoriali, più pagine e allargando il numero di giornalisti e collaboratori.

La vera battaglia, però, si vince e si perde nella raccolta pubblicitaria dove il gruppo *Unione Sarda-Videolina* attraverso la concessionaria SPI e *La Nuova Sardegna* con la Manzoni, non lasciano alcun spazio, neppure nelle “vitali” necrologie che costituiscono pur sempre un richiamo fondamentale per i lettori più anziani e garantiscono la radicazione nel territorio.

Gli anni Novanta, L'Opinione di Diaconale

L'Isola chiude nell'ottobre del 1982, *L'Altro* resiste sino alla fine del marzo 1983. Un decennio dopo ci sarà un nuovo tentativo per vedere un terzo quotidiano sardo con *L'Opinione*. Siamo nel 1994, il fenomeno Berlusconi è esploso con tutti gli sconvolgimenti politici ed economici che conosciamo. Il giornalista Arturo Diaconale, vicino al “Cavaliere”, sbarca in Sardegna con il suo quotidiano nazionale *L'Opinione* che viene venduto insieme a due edizioni locali: nasce il primo giornale “panino”, cioè un supplemento inserito al centro. Una formula, compri due-paghi uno, al tempo contrastata fortemente dal sindacato dei giornalisti, ma che poi prenderà piede negli anni Duemila con le edizioni regionali del *Corriere della Sera* e della *Repubblica*.

L'Opinione in Sardegna esce in edicola con l'inserito di 12 pagine realizzate per l'edizione nord a Sassari-Nuoro (nella redazione diretta da Riccardo Sanna) e per il sud a Cagliari-Oristano (caporedattore Umberto Aime). Direttore responsabile dell'edizione sarda è Ignazio Di Donni.

Anche questa esperienza, come tutti i precedenti tentativi, si rivelerà fallimentare dal punto di vista editoriale concludendosi in meno di due anni.

La diffusione nell'Isola

Con l'avvento della società di rilevazione Audipress alla fine anni Ottanta, è possibile disporre dei dati ufficiali (resi noti dalle stesse testate). I dati si riferiscono alle copie diffuse (vendute in edicola e in abbonamento, più gli omaggi) e al numero di lettori nel giorno medio. I due dati possono anche non corrispondere perché un giornale può vendere complessivamente più copie, ma può capitare che una copia di un'altra testata venga letta da più persone. Come è avvenuto per i due giornali leader. *L'Unione* nel 1990 arriva a sfiorare le 95 mila copie, contro le 73 mila della *Nuova*, con una forbice di circa 22 mila copie vendute al giorno. Nel quinquennio successivo si registra un forte calo di entrambe le testate, ma nel contempo la forbice si riduce sensibilmente. *L'Unione* cala a 82 mila copie nel 1993 (65.500 la *Nuova*) e scende a 68 mila nel 1995 contro le 63 mila del competitor sassarese che si avvicina pericolosamente a contrastarne la leadership.

Nel decennio precedente il giornale cagliaritano è cresciuto costantemente nelle copie vendute e nella readership (indice di lettura), poi si è invertita la tendenza: seppure è rimasto al vertice per le vendite, nel 1995 e nel 1996 perde il primato del quotidiano più letto. *La Nuova* fa registrare 421 e 393 lettori ogni mille abitanti nel giorno medio contro 401 e 360 dell'*Unione* che in cinque anni ha perso quasi cento lettori. Nel 1990 deteneva il primato con 446 lettori nel giorno medio per copia ogni mille abitanti contro i 419 del competitor.

I due giornali sardi, comunque, sono ben radicati nel territorio, spartito quasi al 50 per cento con *L'Unione* al centro-sud e *La Nuova* al nord e in Gallura, mentre il Nuorese e l'Ogliastra restano terra di scontro. I giornali nazionali sono molto distaccati nelle vendite e nella lettura: *Repubblica* è il più letto perché, grazie alla teletrasmissione, viene stampato nella tipografia della *Nuova* a Sassari e raggiunge le edicole sin dal mattino presto. Seguono i giornali sportivi e *Il Corriere della Sera*. Tutti i giornali si adegueranno per saltare l'handicap del trasporto e dai primi anni Novanta verranno stampati nel centro stampa de *L'Unione Sarda* ad Elmas che nel frattempo si è dotato di nuove rotative e macchinari moderni.

Che cosa abbia determinato il calo delle vendite nel decennio? La risposta ha avuto più spiegazioni dagli esperti. Le cause sono molteplici: la maggior offerta dei quotidiani in edicola che ora arrivano tutti alla stessa ora; la concorrenza delle Tv private che si sono consolidate nel territorio; l'estensione del segnale e quindi dell'ascolto di Raitre Regione; la crisi economica del 1992 che ha comportato perdite e tagli in tutte le redazioni italiane. E, non ultimo, il motivo politico. L'ascesa di Berlusconi, per quanto riguarda i due quotidiani sardi, si riflette e si specchia pesantemente negli indirizzi di *Unione* e *Nuova* e quindi nelle scelte dei lettori. Il giornale cagliaritano è vicino a Forza Italia e al centrodestra. L'editore Grauso finirà per schierarsi apertamente e scenderà in campo politico col Nuovo Movimento, fatto che porterà pesanti conseguenze sull'indipendenza, la credibilità e l'affezione presso i lettori della storica testata.

La Nuova fa dura opposizione e diventa il quotidiano di riferimento della sinistra in aree operaie come il Sulcis Iglesiente e agricole come il Medio Campidano, oltre al Nuorese dove forte è l'orientamento anti-Cavaliere.

Il confronto politico diventa, dunque, il centro del terreno di scontro con momenti drammatici che seguono i diversi governi nazionali e soprattutto regionali. I due giornali lottano testa a testa nella diffusione, in un'Isola spaccata politicamente a metà. Le copie continueranno a calare sino alla fine del decennio, ma i bilanci vengono salvati dalla pubblicità e in particolare dai numerosi giochi con consistenti premi che vengono programmati per sostenere la diffusione.

Il Quotidiano di Sassari

Per cercare di contrastare lo strapotere della *Nuova Sardegna* nel nord, l'editore Grauso aveva cercato di investire sulla redazione e sul marketing, ma ogni sforzo era risultato vano. La conferma dell'affezione viscerale alla propria testata e un'avversione psicologica verso il capoluogo e tutto ciò che rappresentava, in qualche modo lo si poteva verificare in ogni manifestazione. Nello sport in occasione dei rari derby calcistici tra Torres e Cagliari o in altre discipline, nell'esasperazione dei confronti politici all'interno di medesimi partiti dove si scontravano gli interessi tra nord e sud. Ma la prova decisiva che nulla poteva fare *L'Unione* per smuovere le copie nel capoluogo turritano si vedeva in concomitanza di qualche

sciopero del giornale concorrente. In quelle occasioni, in assenza in edicola della *Nuova*, a Sassari *L'Unione* non riusciva a vendere che poche decine di copie più del solito. In tutta la Provincia il giornale cagliaritano raramente superava il migliaio di copie totali, aumentando la diffusione solo in rari giorni per eventi eccezionali di cronaca o sportivi. Si trattava nel caso di picchi nell'aumento in percentuale, ma numeri inconsistenti in termini assoluti.

Dunque, a Sassari, Alghero e Olbia, La Nuova ha sempre rappresentato un bastione invalicabile, lasciando qualche spazio solo nelle zone di confine come il Marghine Planargia (Macomer e Bosa) o dall'altra parte Siniscola, San Teodoro e i paesi costieri della Gallura e Baronia che d'estate si affollano di turisti anche cagliaritani. In questo quadro Grauso tenta un'ultima carta in un momento per lui e per la testata particolarmente difficile, in cui in qualche modo doveva contrastare lo storico competitor. Non potendo usare *L'Unione* come ariete, visti inutili, costosi e in perdita tutti i passati tentativi, pensa ad un "cavallo di Troia", cioè ad un giornale autenticamente locale nella testata, nei giornalisti e nelle notizie, che potesse attirare i lettori sassaresi più scontenti politicamente e quindi più disponibili a fare la scelta in edicola. Così nasce il secondo quotidiano a Sassari. Grauso ci mette i soldi, individua un gruppo di validi professionisti che già avevano lavorato per lui, ingaggia alcuni giovani volenterosi per raccogliere notizie quartiere per quartiere e a caccia di scoop scomodi per *La Nuova*. Una volta individuati i giornalisti, trova la sede, fornisce le tecnologie e i tecnici, lancia una campagna marketing aggressiva e cala sul tavolo l'ultima carta della secolare sfida.

Il 3 febbraio del 1998 arriva in edicola *Il Quotidiano di Sassari*. Il direttore è Alessandra Raggio, vicedirettore Mario Mossa, caporedattore Angelo Fancello: i tre, insieme al giornalista di Tcs Antonello Lai, sono anche soci della cooperativa che pubblica il giornale. Formato tabloid, prezzo di copertina 500 lire, *Il Quotidiano* si propone di insidiare il monopolio della *Nuova* nel capoluogo del Capo di Sopra e lo manifesta già dalla scelta della sede: la redazione è in via Porcellana, sfacciatamente quasi di fronte al "nemico". In squadra alcuni professionisti esperti come Antonio Cossu Rocca, Mauro Piredda e, nella fase iniziale, il veterano della *Nuova* Nanni Piredda che lavorano fianco a fianco con alcuni giovani ma già esperti giornalisti (Angelo Santoro, che in seguito approderà a Studio Aperto, e Paolo Casu, già all'ufficio stampa del Comune di Sassari) e alcuni esordienti o quasi, destinati ad approdare all'*Unione Sarda* (Marco Noce,

Giuseppe Meloni e Celestino Tabasso, che avevano già debuttato sul settimanale *Ottopagine* diretto da Riccardo Sanna). Sbarazzino e irriverente, nei suoi oltre tre anni di vita *Il Quotidiano* si fa notare anche per le briose pagine di cultura e spettacoli guidate da Alfredo Murtula e per iniziative senza precedenti come i fischetti allegati al quotidiano per coprire di fichi il sindaco Anna Sanna durante la "Faradda" dei Candelieri.

Il giornale è fatto bene, agile, aggressivo, sicuramente piace e si ritaglia una fetta di lettori. Certo, non spaventa *La Nuova*, ma spesso riesce a pungere e a farle male con qualche scoop e diverse inchieste. Ma i numeri, dalle cinquemila copie iniziali di distribuzione e un migliaio di vendite, progressivamente calano senza mostrare possibilità di un'inversione di tendenza. Soprattutto non si vedono prospettive

di sfondare e neppure di creare uno zoccolo duro tale da consentire di raggiungere il *break even* utile alla sopravvivenza. I costi diventano insostenibili, mentre crescono i debiti per la carta e per le spese vive. Non si pagano più i collaboratori e anche gli stipendi arrivano, se arrivano, in ritardo. Grauso, in difficoltà con *L'Unione* per le sue vicende politiche e giudiziarie, chiude i cordoni della borsa. La tenacia della direttrice Raggio e del suo ormai ristretto staff non bastano più a mantenere in piedi un quotidiano. È la fine.

La "legge" della *Nuova* ancora una volta ha vinto sul campo. E questo spiega perché i progetti di quotidiani nazionali (come la stessa *Repubblica* o *Il Corriere della Sera*) di aprire redazioni ed edizioni regionali a Sassari e Cagliari non siano mai partiti. Contrariamente a quanto avvenuto nella penisola dove i due grandi gruppi italiani e *Il Messaggero* di Roma, nelle regioni del Centro Italia, hanno avviato con successo edizioni regionali con giornali "panino", ottenendo buoni risultati di vendite e pesanti effetti sulle testate storiche locali. Ma in Sardegna ogni strategia di diffusione per penetrare nel mercato saldamente nelle mani dei due quotidiani sardi ha sempre sconsigliato avventure editoriali ad alto rischio. Almeno in questo campo, forse l'unico, la Sardegna è riuscita a far valere la propria originalità con le storiche testate locali, radicate e organizzate capillarmente sul territorio. Questo sino a oggi e nonostante la presenza sempre più pesante del gruppo Finegil sulla Nuova. Con l'attuale crisi dell'editoria e con gli scenari che vanno prospettandosi per il prossimo futuro, non si può prevedere cosa possa avvenire. Già si parla di investimenti arabi nel turismo, nello sport, nell'edilizia e nel turismo. Non ci sarebbe da stupirsi se i petrodollari arrivassero per finanziare il settore dei media

nell'Isola. Del resto, come abbiamo visto, con Rovelli già avvenne qualcosa di simile. I tempi sono cambiati, le coscienze e gli scenari. Ma niente si può escludere in un panorama dell'informazione globale e del business internazionale. Anche la Fiat è diventata americana.

Capitolo 7

L'Unione Sarda

L'Unione Sarda con il "ciclone" Grauso che fonda un gruppo dinamico e aggressivo, conosce tre lustri di alti e bassi, in tutti i sensi. Domina incontrastato nelle sue aree di diffusione, acquista lettori promuovendo iniziative collaterali (giochi a premi, gadget, etc.), fa crescere i bilanci con gli introiti pubblicitari, soprattutto in occasione delle campagne elettorali e con la pubblicità tabellare locale. Fondamentale è il passaggio, non indolore, ma ineludibile, dalla vetusta stampa a caldo alle nuove tecnologie. Il salto è decisivo perché – ultimo giornale italiano ancora a usare le linotype mentre già da un decennio la tecnologia offset è entrata in tutte le redazioni – punta subito alle novità dei sistemi integrati. Cioè evita il passaggio della fotocomposizione e approda direttamente all'era dei computer e della stampa elettronica. Tra il 1986 e il 1987 acquista il sistema negli Usa, a Filadelfia, e porta in redazione i primi "mastodontici" personal computer che consentono ai redattori di svolgere gran parte del lavoro nelle pagine: dalla scrittura dei testi alla titolazione. È davvero una rivoluzione in redazione con i più anziani che vanno in pensione per età e per il cambiamento "culturale" epocale, ma alcuni di loro accolgono con entusiasmo questa seconda giovinezza e affrontano la sfida personale di cimentarsi con i computer al posto delle obsolete macchine da scrivere. Tutti seguono i corsi di riqualificazione e si preparano al nuovo modo di operare.

La rivoluzione tecnologica comporta lo stravolgimento dell'intera catena lavorativa: viene prima dimezzata la tipografia (una sessantina di prepensionamenti), poi sempre più ridotta e specializzata nel lavoro grafico. Si ampliano i compiti dei giornalisti che nel tempo saranno responsabili non solo dei contenuti, ma anche della grafica. Questi epocali mutamenti si riflettono nella redazione con un cambiamento generazionale e all'interno con una forte conflittualità sindacale: vanno via i vecchi giornalisti che hanno fatto la storia dell'U.S. negli anni '60-'80 per lasciare spazio ai loro allievi quarantenni e alle nuove leve di colleghi e collaboratori.

La piccola redazione guidata da Crivelli e dal capocronista Vittorino Fiori degli anni Sessanta, con Gianni Filippini, Peppino Fiori, Giorgio

Melis, Angelo Demurtas, Romano Asuni, Arturo Clavuot, Tatano Ponti e un gruppo di giovani collaboratori, è cresciuta con l'ampliamento delle cronache locali e l'attenzione alla giudiziaria e alla cronaca nera con i rapimenti di persona che diventano una vera "industria" criminale. I giovani si fanno le ossa proprio seguendo gli eventi dei sequestri che proiettano una luce allarmante sull'Isola, ma di certo attirano lettori e fanno aumentare le vendite. Via via arrivano in redazione una ventina di giovani, in gran parte ex sessantottini che hanno frequentato l'università e la politica negli anni "caldi" della contestazione studentesca. Una generazione di sinistra, attenta alle novità culturali, alla musica e al teatro, ai problemi economici, al sindacato e alla scuola.

Una particolare attenzione finalmente viene data al mondo femminile, tanto che viene assunta nel 1976 Maria Paola Masala, laureata in filosofia, prima donna sarda a entrare in una redazione di cronaca e a diventare giornalista professionista.

Al gruppo di Franco Brozzu, Mauro Manunza, Alberto Testa, Antonello Madeddu, Tarquinio Sini, Francesco Bassi, Marco Lai, Antonio Castangia, i fratelli gemelli Concas Memo e Momo (storico corrispondente da Oristano) e al "principe" dei reporter di nera vecchio stampo quale fu Ruggero Melis, si aggiungono Mario Virzi, Angelino Carrus, Giovanni Puggioni, Gianni Perrotti, Gianni Piras, Antonio Ghiani, Giacomo Marnelli, Corrado Grandesso, Angelo Pani, Paolo Figus, Giancarlo Ghirra, Lucio Salis, Marco Landi, Alberto Rodriguez che "fonderà" la moderna pagina della cultura poi passata a Marco Manca, spirito indipendente con lo sguardo rivolto anche a ciò che di nuovo si muoveva all'estero. E ancora Giorgio Pisano, brillante cronista, poi inviato speciale e vicedirettore, sino ad oggi autore di interviste a tutta pagina.

Importante contributo veniva dai corrispondenti e dalle redazioni periferiche: Alfonso De Roberto fu la voce di Olbia e della Gallura, Gavino Paolini da Alghero, Tonino Piredda, Gianni Pititu e Angelo Altea da Nuoro, Giuseppe Florenzano, Piero Malavasi e poi Gibi Puggioni da Sassari. Tutte queste firme che ricorrono nelle pagine da metà anni Sessanta per oltre un trentennio, sono in pensione e alcuni di loro non ci sono più, ma resta il ricordo nelle cronache di quei tempi e nella mia personale memoria, allora giovanissimo collaboratore, di molti allievo e collega.

A dare impulso alle assunzioni dei giovani, all'ampliamento della redazione centrale e del numero dei corrispondenti locali fu senza dubbio l'uscita di *Tuttoquotidiano* che almeno per un anno provò a minare le

vendite della storica testata cagliaritano e dai primi anni Ottanta la crescente e aggressiva concorrenza de *La Nuova Sardegna*, acquisita e rilanciata dal Gruppo Caracciolo. Ma stavano cambiando anche i tempi e i giornali cominciarono a rinnovarsi con le nuove tecnologie e una moderna impaginazione.

L'arrivo di Grauso, che si portava dietro l'esperienza delle prime emittenti e radio private (Videolina e Radiolina) fu determinante. Un ruolo fondamentale, dietro le quinte e nella stanza delle decisioni, ebbe Paolo Campana, un manager bolognese innamorato della Sardegna nominato amministratore delegato. Per un decennio, con la collaborazione dell'immarcescibile capo della pubblicità Pietro Uras e del dinamico responsabile della diffusione Pino Macri "inventore" di giochi a premi milionari per sostenere le vendite, guidò il Gruppo Grauso alla completa modernizzazione tecnologica, portando il giornale sino a 36 pagine (con i primi colori) e Videolina a fatturati miliardari grazie a trasmissioni popolari e durature.

La storia dei giornali e dei media non è fatta solo dai giornalisti, ma da tutti coloro (amministratori e tecnici) che concorrono all'ideazione, alla programmazione e al sostegno del "prodotto". Così pur cambiando proprietari e direttori, l'instancabile lavoro dell'ingegner Carlo Ignazio Fantola, un altro manager che da allora e sino a oggi segue lo sviluppo della testata nel segno della continuità e di una irrinunciabile tradizione cagliaritano.

Questi anni travolgenti - *L'Unione Sarda* da giornale tecnologicamente più vecchio è diventato il più moderno d'Italia - vedono l'avvicinarsi di alcuni direttori.

Dopo le dimissioni forzate di Fabio Maria Crivelli che aveva diretto il giornale per 22 anni (1954-1976), a causa dei contrasti con la proprietà sul piano politico, nel 1977 subentra Gianni Filippini, giornalista raffinato e colto, titolare della pagina culturale, abile nel gestire una redazione turbolenta e in un difficile momento di lotte sindacali per i cambiamenti in atto. Filippini, oltre ad essere un grande giornalista e anche un vero diplomatico, riesce a tenere il timone per un decennio, poi nel 1985 il richiamo di "Cincinnati" Crivelli che, lasciato il *buen retiro* della casa di campagna a Sinnai, ritorna in redazione per un biennio di transizione con il compito di pacificatore e traghettatore. Grazie alla sua esperienza, supera l'handicap delle novità tecnologiche e mantiene *L'Unione* alla leadership regionale.

Nel 1988 dall'*Unità* arriva da Roma il giornalista di origini sarde Massimo Loche, ex corrispondente durante la guerra del Vietnam e specializzato nel settore esteri. Dura solo un anno, però, lasciando la scottante poltrona ad Arturo Clavuot, il vicedirettore che ha fatto tutta la carriera all'interno del giornale, in redazione è ben voluto e gode della stima di tutti. Resterà saldamente alla guida sino alla bufera del 1994, quando il fenomeno Berlusconi sconvolgerà la vita politica nazionale con effetti immediati anche in Sardegna.

I sardi nella nuova Polonia

Nel frattempo, mentre *L'Unione* naviga in acque tranquille e Videolina fa il "pieno" di ascolti e pubblicità, Nichi Grauso si lancerà in una nuova avventura editoriale, questa volta di livello internazionale. Nel 1989 è caduto il Muro di Berlino, l'Europa dell'Est apre agli imprenditori occidentali e mostra una grande fame di libera informazione. Così Grauso nel 1992, dopo un convegno internazionale di editori svoltosi a Cracovia, viene invitato a investire in Polonia dove entra in società con giornalisti polacchi e acquista il principale quotidiano della capitale *Zycie Warszawy* (la *Vita di Varsavia*). Nel contempo, sulla scia del gruppo televisivo berlusconiano *Mediaset*, realizza il primo network privato del Paese – *Polonia 1* – con sede nella capitale ed emittenti in altre undici città. Solo nel popoloso bacino della Slesia, tra Cracovia e Katowice, raggiunge via etere un audience di cinque milioni di ascolti, una ventina di milioni in tutta la Polonia. In un anno diventa un personaggio importante, tanto da essere attaccato dalla nascente concorrenza sia sulla stampa che nel nuovo panorama televisivo privato e pubblico.

Il concorrente numero uno è la Tv di stato, mentre dall'Olanda arrivano i segnali di Tv satellitari. In palio c'è il dominio sulla pubblicità che nella Polonia democratica e aperta al capitalismo sta diventando un vero business che fattura milioni di dollari al mese. Ma è anche una questione politica perché le nuove classi dirigenti puntano al controllo dei media nella corsa al potere e alla riconversione privata dell'economia di stato di epoca comunista. Gli ex esponenti del Partito Comunista e dei sindacati si trasformano rapidamente in manager, finanziari, imprenditori, impossessandosi del patrimonio pubblico e creando un'oligarchia ambiziosa e senza scrupoli, pronta ad arricchirsi in poco tempo. In questo quadro il

dominio della televisione e dei giornali è un obiettivo fondamentale per condizionare l'opinione pubblica, i partiti e il Parlamento eletto, questo sì, democraticamente con le prime elezioni libere dopo la "Tavola rotonda" del 1989 quando il regime filosovietico lasciò il potere. Grauso rappresenta un "nemico", una vacca da mungere sinché può dare latte vitale alla rinascita economica, ma poi da eliminare appena la sua presenza diventa troppo invadente e forte. Il discorso vale anche per investitori italiani, tedeschi, francesi, americani che arrivano a frotte per comprare e ricostruire imprese di ogni genere. Come Grauso la maggior parte di loro, soprattutto nel settore dei media e della pubblicità, alla fine sarà costretta a lasciare il campo alle nuove società private polacche.

La forza imprenditoriale di Grauso (apre anche un moderno centro stampa alla periferia della capitale) si scontra con una certa debolezza politica: il suo gruppo di giornalisti, infatti, è legato al presidente Lech Walesa, lo storico leader del sindacato "Solidarnosc" fondato nei cantieri navali di Danzica, mentre stanno emergendo i postcomunisti guidati dal futuro premier e poi capo dello stato Aleksander Kwasniewski. Nel giro di un biennio la sua esperienza si brucia con una pesante sconfitta: una legge – ideata apposta per far vincere imprenditori locali – assegna i canali televisivi ad un altro gruppo mentre la magistratura dispone la chiusura di dieci su dodici emittenti private proprio mentre la pubblicità comincia a fatturare alti livelli di introiti. Si rivelano inutili tutti gli sforzi di immagine e politico-imprenditoriali di Grauso che porta in Sardegna charter di giornalisti per far conoscere la nostra terra e per sviluppare reciproche relazioni. Nel marzo 1994 riesce persino ad organizzare un eccezionale concerto nel teatro "Wielki", il principale di Varsavia, chiamando a suonare l'orchestra della Scala di Milano diretta dal maestro Riccardo Muti. Tra gli ospiti c'è anche l'ex presidente della Repubblica Francesco Cossiga, presenti le massime autorità politiche e i vip polacchi. L'evento straordinario viene ripreso in diretta dalle Tv del network Polonia 1 e anche da Videolina. Ma il trionfale successo non basta a convincere il Parlamento chiamato a decidere sulla legge che disciplina l'emittenza privata. Arriva la sconfitta ed è definitiva. Così nella primavera del 1994 decide di chiudere l'avventura polacca lasciando tutto alle società dei giornalisti polacchi e perdendoci un bel po' di miliardi di lire.

La rivoluzione del berlusconismo

In Italia il “berlusconismo” e “tangentopoli” stanno stravolgendo il sistema politico, ma anche l’economia e l’editoria. Grauso è rimasto folgorato dal “Cavaliere” e da uomo dichiaratamente di sinistra – che finanzia anche giornali comunisti – vira con piena convinzione ed entusiasmo a destra. Così decide un radicale cambiamento nella conduzione dell’*Unione*, con molti giornalisti della redazione tesserati o vicini al Pci. In quegli anni il quotidiano si era mantenuto su posizioni di un delicato equilibrio, in prima linea sulla grandi battaglie per l’economia dell’Isola, con aperture un po’ a tutto l’establishment politico, ampio spazio ai fatti di cronaca, per accontentare un pubblico di fedeli lettori diviso a metà tra sinistra e centrodestra (il capoluogo, con l’eccezione di due sindaci socialisti tra gli anni ’70-’90, è stato sempre un bacino democristiano e conservatore, all’opposto dell’elettorato sassarese e nuorese).

L’avvento di Berlusconi ha effetti vorticosi anche nell’Isola. Grauso, scottato dall’esperienza polacca, si rituffa nel giornale cagliaritano con l’idea che il mondo stia cambiando e che sia necessario dare una svolta verso le novità politiche ed economiche. Primo passo decide di cambiare tutto in redazione.

In pensione Arturo Clavuot, viene nominato direttore il trentenne Antonangelo Liori, due lauree, scrittore, esperto di tradizioni della Sardegna, dinamico e senza troppi scrupoli nel modo di condurre il giornale, con numerosi interessi anche extraeditoriali. Rivendica con orgoglio le sue origini di Desulo, e l’uso della *limba* sarda. Questo suo essere “barbaricino” sarà uno degli elementi negativi per il giornale molto legato alle tradizioni culturali cagliaritaniche e alle altre aree di propria influenza. Le copie che Grauso sperava di recuperare con Liori nel Nuorese e con la svolta politica verso Berlusconi, non saranno tali da coprire le perdite nelle altre zone campidanese e nel bacino di lettori che si oppongono ideologicamente e politicamente a Forza Italia. *L’Unione* perderà in quel periodo anche lettori di sinistra che comunque, pur critici, lo compravano e leggevano. Calano i numeri della diffusione con crescente preoccupazione nel management del giornale.

Saranno cinque anni molto duri, con una conflittualità esasperata nella redazione e fuori. Per le elezioni del 1998 Grauso decide di candidarsi a sindaco con il Nuovo Movimento da lui fondato, ottenendo un personale successo con 14.878 voti, pari al 14,5 per cento, il doppio della

sua lista. Sindaco viene eletto Mariano Delogu, uomo di destra, penalista di fama e con largo seguito popolare per il suo ruolo nel mondo dello sport, in particolare ex presidente del Cagliari, e comunque vicino all’*Unione* come opinionista e legale. Con Delogu il centrodestra, sull’onda nazionale di Berlusconi, vince alla grande, mentre per Grauso si aprono le porte del Municipio di via Roma in qualità di consigliere comunale. Quella, per lui, fortunata battaglia un anno dopo lo spinge ad osare oltre e a candidarsi alle regionali col suo Nuovo Movimento. Riuscirà ancora ad essere eletto consigliere regionale, a dimostrazione della forza del giornale che ovviamente lo appoggia pur dando voce e spazio a tutti i partiti e ai candidati.

La discesa in campo politico e lo schieramento in prima persona dell’editore porta *L’Unione* a vivere un periodo difficilissimo, in pieno contrasto con la giunta regionale di sinistra guidata dall’ex magistrato Federico Palomba. Grauso entra in conflitto anche con la magistratura, in un momento di grandi tensioni durante il sequestro della giovane ogliastrina Silvia Melis e del suicidio del giudice Lombardini. I fatti extragiornalistici incidono sulle vendite (che tuttavia si mantengono alte oltre le 70 mila copie) e soprattutto sulla credibilità della testata, mai nella sua recente vita così esposta ad attacchi politici. Una drammatica vicenda rimasta alle cronache, agli atti giudiziari e alle sentenze, ma che meriterebbe un approfondimento critico e distaccato quando qualcuno si prenderà l’onere di scrivere la storia della Sardegna della fine del Ventesimo secolo.

La scoperta di internet

In questo tempestoso quinquennio Grauso non solo si è lanciato in politica, ma il suo dinamismo imprenditoriale, le sue geniali intuizioni nel settore dei media e le possibilità finanziarie (grazie anche agli introiti del gruppo *U.S.-Videolina*) lo hanno spinto verso una nuova sfida. Questa volta mondiale e davvero straordinaria per un piccolo editore di una regione periferica. Nichi, appoggiato da un grande giornalista ed esperto di comunicazione com’era l’amico e direttore editoriale dell’U.S. Alberto Rodriguez (scomparso prematuramente nel 2001), scopre Internet. Quasi casualmente, grazie agli esperimenti che in redazione stava effettuando il system manager Ranier Van Kleej, intuisce l’immenso potenziale del web. Dai timidi tentativi di trasferire *L’Unione* su internet nasce l’idea

di fondare il primo provider italiano Video On Line. Un contenitore che anticipa i futuri portali che presto si moltiplicheranno nella rete che si sta formando a livello globale.

Nel luglio del 1994 *L'Unione* sarà il primo giornale italiano a essere inserito nel web, prima manualmente con operazioni notturne messe in atto dai tecnici, e poi automaticamente con un software. Nella seconda parte di questo saggio parleremo più a fondo dell'avventura di VOL. Il progetto si concretizzò nel volgere di appena un anno, ma i forti investimenti necessari – soprattutto i costi per le linee telefoniche – bruciarono i capitali iniziali e andarono ad intaccare pericolosamente i bilanci dell'U.S., il giornale-madre su cui gravava il grosso delle spese. Il quotidiano accusò il colpo, mentre in parallelo il sogno visionario di Grauso si allargava alla politica.

La sua discesa in campo, come detto, avviene con la fondazione del Nuovo Movimento e la doppia corsa, prima alle comunali e poi alle regionali.

Il direttore Liori asseconda Grauso nei suoi editoriali, spesso sferzanti oltre la lecita critica, tanto da attirargli contro numerose denunce per diffamazione (che si concluderanno con condanne e conseguenti pesanti risarcimenti a carico del giornale). La battaglia politica si riflette all'interno della redazione dove si cerca di trovare un precario equilibrio tra la politica e la cronaca regionale, soprattutto quella cittadina e locale, che da sempre è l'anima che determina il successo e le vendite della testata.

L'epilogo di una stagione oscura

Nell'agosto del 1999 Liori, già raggiunto da numerose denunce per diffamazione e coinvolto in altre inchieste personali, viene messo da parte con l'arrivo di un intellettuale sardista molto noto e stimato quale l'antropologo professor Bachisio Bandinu, già collaboratore ma con nessuna esperienza redazionale. Il neodirettore conferma e si affida al gruppo dirigente che, nella bufera del periodo Liori, è riuscito a pilotare la nave colpita duramente dall'interno e dall'esterno, evitando che affondasse. La professionalità e la fedeltà al giornale di quella pattuglia dirigenziale di giornalisti e tecnici, le indubbie qualità del resto della redazione e la forza della storica testata, hanno salvato *L'Unione* non solo dal "sorpasso" del competitor e dal naufragio, ma anche a conservare la leadership regionale

nonostante l'impegno della *Nuova Sardegna* che invece appoggiava la sinistra al governo della Regione.

Nell'estate del 1999 il giornale è allo stremo, al centro di costanti attacchi politici, con i bilanci che cominciano ad essere molto preoccupanti e tenuto sotto mira dalle inchieste della magistratura. Iniziano a circolare con insistenza le voci di una vendita per evitare il fallimento e per gettare le basi per un salvataggio. Insomma, si prepara il dopo Grauso che tra politica e guai giudiziari ha altro a cui pensare. Alla fine, a un passo dal baratro per il gruppo, vende tutto. Nel 2001 si dimette anche da consigliere regionale e per il momento esce di scena. Lo ritroveremo di nuovo in pista cinque anni dopo con l'iniziativa di *EPolis*.

Arriva Zuncheddu: il rilancio in grande

Ad acquistare il gruppo, che faceva gola a grossi nomi dell'editoria nazionale, l'imprenditore sardo, Sergio Zuncheddu, con un piano di risanamento e di rilancio del giornale. A partire dalla credibilità che gli eventi politici di Grauso e le disavventure giudiziarie di Liori, avevano portato ai minimi storici. È necessario uno sforzo economico enorme che Zuncheddu ha portato avanti con determinazione a cominciare dal Duemila. L'imprenditore originario di Burcei viene da una dinamica e fortunata attività nel campo immobiliare, avviata negli anni Ottanta in Italia. Gli uffici delle sue società, si affacciano in piazza del Duomo, a Milano, il cuore pulsante della City meneghina. A Cagliari costruisce i primi grandi centri commerciali, poi in seguito a Olbia e a Sassari. Al contrario di Grauso, non gli piace apparire (esistono pochissime sue foto pubblicate sui giornali), tiene il basso profilo ed è un instancabile lavoratore con gli staff delle diverse e molteplici attività, a cui ora si aggiungono quelle del gruppo editoriale.

Sergio Zuncheddu nel 1996 si affaccia nel settore dell'editoria che comincia ad affascinarlo. Insieme al celebre giornalista-direttore-opinionista Giuliano Ferrara contribuisce a fondare *Il Foglio*, di cui diventa inizialmente azionista di maggioranza relativa. Nell'estate del 1999 si apre una nuova prospettiva in Sardegna. Il suo interesse si concentra sul giornale a cui da sempre era legato come affezionato lettore e che vede precipitare in una crisi senza più uscita, con l'unica prospettiva della vendita a un grande gruppo nazionale. La sua idea è di tenere in Sardegna il giornale

dei sardi e di cimentarsi in una nuova impresa industriale. A conclusione di una complessa trattativa nel 1999 rileva l'intero gruppo costituito da *L'Unione Sarda*, *Videolina*, *Radiolina*, e sito web *UnioneSarda.it* versando a maggio 42 miliardi di vecchie lire e a settembre oltre 100 miliardi. Nell'autunno è pronto a dare il via alla nuova sfida, un progetto ambizioso per idee e necessari investimenti, col duplice obiettivo di ricostruire la storica testata e rilanciare le altre aziende del gruppo.

L'Unione resta ai sardi

Domenica 3 ottobre Sergio Zuncheddu si presenta ai lettori con un editoriale in prima pagina dal titolo esplicito «*Cambiare per crescere*». L'articolo è preceduto da un breve distico in neretto con cui la testata annuncia ufficialmente il cambio di proprietà.

«Fin dal maggio ultimo – scrive Zuncheddu – Nichi Grauso aveva deciso di vendere *L'Unione Sarda*, rinviandone l'esecuzione sia per evitare sovrapposizioni con le sue vicende politiche, sia per negoziare meglio le sue condizioni. Gli sono grato per aver venduto, potendo scegliere, a me e non ad altri e per aver deciso di mantenere in Sardegna il primo gruppo editoriale sardo. *L'Unione Sarda* è una delle testate più antiche e prestigiose dell'universo editoriale italiano, ha informato generazioni di sardi succedutosi in più di un secolo di vita essendo stato testimone ed interprete qualificata di eventi anche drammatici che sono ormai parte della storia della Sardegna e di questo paese».

«Con la testata questa impresa editoriale possiede un patrimonio di lettori, di risorse umane e tecnologiche, di competenze e professionalità che hanno consentito a questo giornale di superare, ancorché indebolito, gli ultimi difficili, travagliati anni e di mantenere la propria capacità competitiva. Tuttavia proprio partendo dalle attuali posizioni di forza e di debolezza insieme in termini di prodotto, tecnologie, organizzazione, diffusione e quota di mercato pubblicitario *L'Unione Sarda* dovrà cambiare e crescere».

Il testo seguente è un vero manifesto in cui il neo editore enuncia il suo programma e soprattutto la sua "filosofia". «Dovrà prima di tutto accrescere la propria autorevolezza e il proprio prestigio agli occhi dei lettori, dandosi la missione di fornire loro una informazione libera, indipendente e autonoma, rispettosa delle diverse opinioni, orientamenti

politici e sensibilità culturali. Dovrà difendere i cittadini e le imprese dalla arroganza e sovente dalla stupidità della pubblica amministrazione, vera zavorra economica e sociale del nostro sistema, dando spazio e voce alla Sardegna che lavora e che produce ed a quella giovane e indifesa, inibita e persino mortificata nella propria dignità dalla superficialità e leggerezza con cui viene affrontato il problema della disoccupazione giovanile». Sembra, a distanza di anni, di vedere l'attuale quadro economico, sociale e politico dell'Isola colpita da una crisi profondissima, come se in tutto questo tempo il mondo imprenditoriale (*Unione compresa*) sia andato avanti, mentre la classe dirigenziale e burocratica sia rimasta come allora.

Riprendiamo il filo del discorso di Zuncheddu: «*L'Unione Sarda* dovrà difendere la propria professionalità e dignità di tutti i dipendenti, incentivando gli atteggiamenti ed i comportamenti orientati a preservare l'integrità e ad accrescere la solidità di questa impresa, in quanto patrimonio non solo degli azionisti, ma anche degli stessi dipendenti, fornitori, collaboratori e lettori».

Per fare piazza pulita sulle voci che in quei giorni si rincorrono sulle possibilità che dietro l'imprenditore sardo ci fosse Berlusconi o un grosso gruppo nazionale, Zuncheddu annuncia che «questa azienda rinuncerà a chiedere i contributi per l'editoria e farà quadrare i propri conti o aumentando i ricavi, o tagliando i costi, o capitalizzando, ovvero facendo le tre cose insieme. Dovrà competere sul mercato concorrenziale in modo sano e corretto, migliorando il proprio prodotto, la propria organizzazione produttiva, la diffusione ed il servizio, la qualità erogata e quella percepita dai lettori. Dovrà, insomma, vendere più copie e più pubblicità». Precisa infine «di aver comprato il pacchetto azionario di questo Gruppo in modo trasparente ed a titolo assolutamente definitivo e irreversibile» e di «non avere alcuna intenzione di rivendere, come risulterà chiaro sia dalle comunicazioni di legge che dai miei comportamenti futuri... In ogni caso – conclude – la proprietà de *L'Unione* rimarrà tra Cagliari e Burcei».

Un programma a lungo termine

Il piano si delinea su diverse direttrici: rifondazione totale, pacificazione della redazione dove la conflittualità aveva reso difficile il lavoro e i rapporti interni, apertura delle redazioni locali, una dozzina di nuove assunzioni con giovani laureati da inserire nelle nuove realtà periferiche,

sviluppo della pubblicità, del sito web e delle attività promozionali con la creazione della “Biblioteca dell’Identità” coordinata dal direttore editoriale Gianni Filippini (centinaia di libri, video e Cd) per sostenere la diffusione e fidelizzare i lettori. E tante altre iniziative quali le edizioni locali, un grosso sforzo giornalistico e di marketing per radicare la testata in Gallura e a Olbia, terra in sviluppo, apertura della redazione a Milano e per un anno anche a Roma.

Il grande impegno si manifesta soprattutto nelle tecnologie con la creazione di un modernissimo centro stampa vicino all’aeroporto di Elmas dove si stampano anche gran parte dei giornali nazionali (in estate sino a 16/18 giornali con mezzo milione di copie in macchina ogni notte). Il centro viene costruito a tempo di record: chiuso il vecchio capannone dall’altra parte della strada, si apre il nuovo impianto nel 2000 con due macchinari, capaci di stampare 50 mila copie all’ora. In seguito, nel 2005, verrà installata una nuova rotativa in grado di stampare giornali full-color sino a 80 pagine con una velocità di 60 mila copie all’ora. Nel suo genere il centro di viale Elmas, che si vede subito all’arrivo all’aeroporto, è il più grande e tecnologico del Mediterraneo.

In redazione

Le novità dell’era Zuncheddu comportano trasformazioni tecnologiche e cambiamenti del modo di lavorare anche in redazione. Nel decennio avvengono due cambi di sistema, all’avanguardia in Europa: oggi un giornalista può gestire col pc dal suo tavolo o con un portatile tutto il procedimento editoriale a 360 gradi. Anche da casa! In questo progetto si inserisce l’archivio elettronico con la memorizzazione quotidiana del giornale e un altro programma che consente la visualizzazione di ogni numero dell’*Unione*, dal primo del 1889 ad oggi (grazie alla digitalizzazione delle copie microfilmate prima del Duemila e poi con l’inserimento elettronico delle copie in uscita ogni giorno nel sistema editoriale).

Per portare avanti il suo progetto l’editore fa affidamento alle forze della redazione e si avvale della guida di diversi direttori che si succedono dalla fine del 1999, ciascuno portando la propria esperienza personale e la specifica professionalità.

Dopo l’intellettuale antropologo Bachisio Bandinu, che fa da ponte nel

passaggio tra Grauso e Zuncheddu, si avvicinano in un processo di continuità, Mario Sechi (2000-2001), Roberto Casu (sino al 2003), Claudio Mori (sino al 2004), Dionisio Mascia (2005) e Paolo Figus che, prese le redini della redazione nel marzo del 2005, resta saldamente in sella sino al maggio 2013.

Il progetto si concretizza in meno di un decennio, tappa dopo tappa. Il giornale raggiunge i traguardi prefissati, consolida la leadership nell’Isola, riconquista l’autorevolezza e l’affetto dei lettori. Zuncheddu può dirsi soddisfatto, ma il programma non è ancora concluso perché devono completarsi i lavori di costruzione della nuova sede nella zona di Santa Gilla che dovrà ospitare tutto il Gruppo.

Il traguardo dei 120 anni

Intanto il 13 ottobre 2009 si festeggia il compleanno dei 120 anni. Un’età venerabile che pone *L’Unione Sarda* tra le testate storiche più longeve e ancora vivaci del panorama nazionale. Per l’occasione il quotidiano va in edicola all’interno di un “supplemento” di quattro pagine. La copertina riporta le due date (1889-2009) con il primo numero di quel lontano 1889 che si apre sulla prima pagina dell’anno in corso con il titolo e la foto sul trionfo del cantante sardo Marco Carta al festival di Sanremo. La controcopertina riproduce lo storico numero 1 dell’*Unione* a cinque colonne tutte scritte con l’articolo di apertura dedicato alla solidarietà per le vittime dell’inondazione del Campidano nei giorni precedenti. In copertina, invece, l’editore firma un lungo articolo col bilancio del decennio sotto la sua conduzione.

Il titolo è esplicativo: «Da dove veniamo, chi siamo, dove vogliamo andare»:

«Mi sono spesso domandato cosa il fondatore dell’*Unione Sarda* Francesco Cocco Ortu, il 13 ottobre 1889, abbia pensato nel prendere in mano il primo numero del suo giornale. Mi sono domandato se questo eminente politico liberale cagliaritano abbia gioito, nel leggere il primo numero dell’*Unione Sarda*, soltanto per il momentaneo piacere dato dal vedere realizzato il sogno coltivato a lungo di avere un mezzo di informazione al servizio del movimento liberale di cui era egli stesso il massimo esponente. Mi sono chiesto se, in qualche modo, non abbia pensato anche ad oggi, a 120 anni dopo, a quelli, come noi, che siamo venuti dopo. Mi fa piacere

pensare che l'abbia fatto. Mi fa piacere pensare che il primo editore di questo giornale avesse in mente di creare qualcosa che gli sopravvivesse e che diventasse ciò che poi *L'Unione Sarda* è diventata: memoria e testimonianza quotidiana dell'identità della gente di Sardegna. Sì, penso sia andata così. Non si spiegherebbero altrimenti i 120 lunghi anni di storia dell'*Unione* e la sua resistenza all'usura del tempo se non con il fatto che le cose che nascono, come le imprese, anche per coloro che verranno dopo di noi assumono un tratto di nobiltà e grandezza tali da renderle resistenti e adatte a superare tutte le avversità».

«Da dove veniamo»

«Così mi piace pensare – continua Zuncheddu – che *L'Unione Sarda* sia nata, nella mente e nell'azione del suo primo editore, e che, anche per questa ragione, questa impresa editoriale sia arrivata fino a oggi passando attraverso, e accompagnando, le generazioni di sardi succedutesi in questi primi 120 anni di vita. Così mi piace pensare che questo giornale sia nato per veicolare e diffondere i valori del liberalismo che proprio in particolare nell'Ottocento si affermarono, anche come reazione ai regimi dispotici che ancora dominavano e infestavano l'Europa. E la tutela e la difesa dei diritti di libertà degli individui, in primo luogo quelli connessi proprio alla libertà di espressione e di stampa, siano stati, mi piace pensare, i primi valori che Cocco Ortu e i suoi soci e amici intesero difendere e diffondere facendo nascere *L'Unione Sarda*.

Rendo quindi omaggio ai fondatori e a tutti coloro (editori, direttori, giornalisti, dirigenti, poligrafici, impiegati e agenti pubblicitari), i quali, con il loro impegno, sacrificio e spirito di appartenenza hanno contribuito e consentito al giornale di arrivare fin qui, ben 120 anni dopo. Essi infatti hanno saputo mantenere alto il nome della testata e hanno fatto sì che *L'Unione Sarda* continuasse a essere l'unico vero giornale dei sardi, difendendolo in silenzio e con successo dai tentativi, anche recenti, ancorché velleitari, di demolirne il prestigio, l'autorevolezza e la credibilità presso i propri lettori e inserzionisti».

«Chi siamo»

«Siamo oggi il Gruppo editoriale leader in Sardegna, libero e indipendente, con i bilanci in ordine e con gli indicatori tipici di questo settore tutti positivi, dalle copie vendute in edicola alle inserzioni pubblicitarie, dal tasso di innovazione tecnologica alla capacità produttiva, dalla presenza sul territorio alla correttezza e trasparenza nella gestione aziendale. Dopo 10 anni di duro e intenso lavoro dall'acquisto de *L'Unione Sarda*, dopo investimenti ingenti e cambiamenti radicali nel prodotto editoriale, nel nuovo centro stampa, nei processi produttivi, nella concessionaria di pubblicità, nelle iniziative editoriali con oltre cinque milioni e mezzo di libri stampati e venduti in edicola della nostra "Biblioteca dell'Identità", siamo il Gruppo editoriale regionale di maggior successo nel panorama editoriale italiano di oggi. Siamo il punto di riferimento, in Sardegna, per tutti coloro che vogliono avere una informazione libera e indipendente, autorevole e credibile, capace di difendere gli interessi della Sardegna rispetto a qualunque potentato economico e politico, sia che si tratti di scorie nucleari o rifiuti urbani importati, di chimica predatoria del parastato o pale eoliche in mare. O che si tratti di denunciare la pochezza di parte della classe politica passata e di parte di questa presente nell'elaborare una seria e credibile strategia di sviluppo economico e diffusione del benessere, compatibili con quello che siamo, che sappiamo fare e che possiamo fare, nel rispetto dell'immenso patrimonio paesaggistico e ambientale che abbiamo ereditato, senza quindi eccessi ma anche senza radicalismi stupidi e inutilmente dannosi».

«Negli ultimi dieci anni – sottolinea Zuncheddu – abbiamo cambiato tutto, proprio tutto, di ciò che comprai nel 1999, e, con il trasferimento nella nuova sede attualmente in costruzione previsto per l'anno prossimo, nulla, neppure una molecola sarà rimasta nell'*Unione Sarda* del futuro di quelle acquistate 10 anni fa».

«Dove vogliamo andare»

«Benché la posizione di leadership oggi consolidata ci consenta di fermarci e di cogliere fino in fondo i frutti dell'immenso lavoro fatto, la rivoluzione in atto nel mondo dei media ci impone di continuare sulla strada dell'innovazione di prodotto e di lavorazione, contrastando quello

che si prospetta come un declino in accelerazione del modello imprenditoriale di settore che ha resistito da qualche secolo a questa parte: produzione di contenuti, stampa e distribuzione nelle edicole, quale processo di soddisfacimento del bisogno primario di essere informati. Oggi questo modello comincia a presentare crepe sempre più evidenti, a cominciare dalla emorragia delle copie, dalla contrazione della pubblicità nazionale e dai bilanci sempre più in sofferenza soprattutto dei grandi gruppi editoriali nazionali e internazionali. L'avvento della televisione e della radio prima, di internet poi e la diffusione massiccia del telefonino come ulteriore canale informativo del prossimo futuro, ha modificato e sempre più modificherà gli stili di vita e di consumo della gran parte di noi. Così per l'informazione. Fino a non pochi anni fa andavamo in edicola a comprare il nostro giornale preferito per soddisfare un bisogno primario: informarci sui fatti di cronaca locale, nazionale e internazionale del giorno prima. Oggi sappiamo tutto in tempo reale, in parte dalla televisione e dalla radio e ancora più tempestivamente dal web, mentre domani la combinazione "web + telefonino" sarà il mezzo attraverso il quale saremo costantemente collegati e connessi con l'intero pianeta. Questa rivoluzione, tecnologica, contenutistica e di mercato, in corso di svolgimento oggi e dagli imprevedibili sviluppi nel futuro, ci impone di rielaborare quindi la nostra strategia per fronteggiare i radicali cambiamenti che si prospettano nel settore».

Infine un augurio che suona come una promessa: «Noi ci saremo e continueremo ad essere centrali nella memoria e nel sentimento identitario di tutti i sardi. Noi ci saremo e continueremo a difendere gli interessi della Sardegna e i valori liberali che abbiamo nel nostro Dna...». Sin qui le parole dell'editore che oggi costituiscono un documento e quel supplemento un altro numero da conservare per collezionisti e per gli storici del futuro.

La rivoluzione del formato tabloid: presente e futuro

A metà del 2013, con la crisi dell'editoria in atto e il progetto di trasformare *L'Unione* da formato "lenzuolo" a tabloid, Zuncheddu ordina una nuova rotativa per l'ennesima rivoluzione tecnologica. Cosa che avverrà, anche questa, con tempi rapidissimi: installazione a fine anno e operativa a metà gennaio del 2014, quando usciranno le prime copie del giornale

ridotto formato "Berliner", un modello più agile del genere tabloid. Una novità assoluta per la ultrasecolare testata, che a pochi mesi dal varo sembra aver incontrato una favorevole accoglienza anche presso i lettori più anziani e tradizionalisti.

Nei programmi enunciati da Zuncheddu, sin dal primo momento, figuravano decisivi cambiamenti da portare avanti a tappe forzate nell'ottica di una svolta epocale. A partire dai primi mesi del Duemila *L'Unione*, nel rispetto della sua storia e tradizione, è diventato un nuovo giornale, libero da condizionamenti politici e finanziari, aperto a tutte le voci della Sardegna, più attento alle cronache locali e al radicamento nel territorio, pronto ad investire su tutte le novità tecnologiche dei media e del web. È stata una grande scommessa, con l'obiettivo di recuperare le copie, rafforzare la leadership nell'Isola, restituire prestigio e credibilità.

Da quella faticosa partenza sono già trascorsi quasi quattordici anni e ciò che è avvenuto è davanti agli occhi di tutti e della città, a cominciare dalla nuova sede in piazza L'Unione Sarda.

La nuova sede a Santa Gilla

Chiusa la palazzina di via Regina Elena, il 30 ottobre 2011 tutto il gruppo editoriale si è trasferito al centro polifunzionale nella zona di Santa Gilla, dove il giornale convive con le altre realtà del gruppo e il Planetario (unico nell'Isola) in un elegante e modernissimo edificio di vetro. Qui operano Videolina (con redazione e un teatro di scena per le trasmissioni dal vivo), Radiolina, il sito web, la pubblicità e l'amministrazione. Una cittadella dell'informazione a 360 gradi che si affaccia sulla piazza abbellita da una fontana, di notte sempre illuminata.

L'antico concetto urbanistico di piazza, come luogo d'incontro e di scambio, qui si integra e si specchia nel moderno mondo della comunicazione globale e diventa la piazza virtuale dei lettori e fruitori di internet, dove tutto passa, scorre e si consuma.

Da due anni la crisi si fa sentire sempre più forte e non risparmia neppure *L'Unione* e il gruppo. È necessaria una nuova svolta e occorre mettere in atto rapidamente un progetto che porti a ridurre le spese, a migliorare e modernizzare ancora il prodotto, con l'obiettivo di superare anche questa bufera che arriva da lontano e che coinvolge tutta l'Italia. Serve un management giovane, fresco, già capace di muoversi nelle novità dei

media e del web, con la mente rivolta al futuro. Così l'editore nomina direttore il quarantaduenne Anthony Muroi, fresco di energie, appassionato di social network e nuove tecnologie, ricco di idee innovative e che gode di un'ampia fiducia in redazione. Muroi ha maturato esperienze nelle redazioni locali per approdare alla politica e anche a Videolina dove conduce *Dentro la Notizia*, un programma serale di approfondimento, che si affianca all'altra trasmissione di successo (*Sardegna verde*) condotta da vent'anni dal direttore dell'emittente Emanuele Dessì, anch'egli proveniente dalla redazione del giornale.

Con l'arrivo di Anthony Muroi nel maggio 2013 il giornale si prepara alle novità epocali che si concretizzeranno sabato 25 gennaio 2014. Un'altra data storica, per *L'Unione Sarda* che si avvicina ai compiere i suoi 125 anni. Esce a 64 pagine tutte a colori in formato "Berliner". Il giornale di oggi.

Capitolo 8

La Nuova Sardegna

La storia della *Nuova Sardegna* in parallelo va di pari passo con quella del concorrente cagliaritano *L'Unione Sarda* e ne percorre, dall'altro capo dell'Isola, le medesime vicissitudini. Non un organo di informazione, come intendiamo modernamente un quotidiano indipendente e di opinione (lo diventerà in seguito), ma come strumento politico che deve appoggiare le idee e le campagne elettorali in un determinato gruppo e di un élite borghese, intellettuale e progressista rispetto agli avversari conservatori. Il tutto va inquadrato nel momento storico di fine secolo, in cui sono in gioco forti interessi per le elezioni comunali, provinciali e per la Camera dei deputati. Per tracciare un rapido e incisivo quadro delle origini della *Nuova* chiediamo aiuto allo storico e giornalista Manlio Brigaglia (classe 1929) che, oltre ad essere un punto di riferimento dell'ateneo sassarese, è ancora oggi un vivace, lucido e prolifico commentatore e articolista della pagina culturale. Uno storico che ha attraversato come protagonista e testimone le vicende della stampa sarda dal dopoguerra ad oggi. Prezioso un suo breve saggio uscito sull'*Almanacco di Cagliari* (1995) in cui ricostruisce le principali tappe delle origini del quotidiano sassarese, nonché importanti i contributi della storica Giuseppina Fois che, sotto la regia dello stesso Brigaglia, ha curato la voce sulla storia della stampa nell'*Enciclopedia della Sardegna* edita da Delfino. In attesa, come ha fatto *L'Unione Sarda* in occasione dell'anniversario per i 120 anni, di una più completa e analitica monografia che ne ripercorra in dettaglio le secolari vicende, tra battaglie antifasciste, chiusure e rinascite, rilanci e successi in edicola, attraverso diverse proprietà ed editori.

E allora partiamo dal racconto di Manlio Brigaglia: «Quando nell'agosto del 1891 esce come settimanale e poi dal 17 marzo successivo come quotidiano, *La Nuova Sardegna* ha almeno due caratteristiche. La prima è che gli uomini che ne sono fondatori e ne saranno, in gran parte redattori principali, si stanno anche candidando a governare la città e il suo territorio. La seconda è che il giornale di giovani progressisti, democratici e repubblicani è un "giornale di minoranza"». Questi protagonisti sono tutti avvocati: Filippo Garavetti che sarà poi deputato e senatore; Pietro Satta

Branca, sindaco e deputato; Enrico Berlinguer e Pietro Moro, consiglieri comunali e provinciali. Con loro, all'inizio, anche il docente universitario Giuseppe Castiglia e due noti medici, Pasquale Ponzi e Antonio Zanfarino (nonno del futuro presidente della Repubblica Francesco Cossiga). Ma alle elezioni del 1900 passeranno sul fronte opposto, nel campo conservatore.

La Nuova nasce in un contesto stracciadino, figlia di uno strenuo confronto tra i vari gruppi politici che si confrontavano in vista delle elezioni comunali. Esattamente come era accaduto due anni per a Cagliari con la comparsa dell'*Unione Sarda*. Per le elezioni del 1900 il capo dei monarchici conservatori, Salvatore Manca Leoni e il capo dei repubblicani progressisti, Gavino Soro Pirino, decidono di allearsi in una lista comune. Un abbraccio che fa gridare allo scandalo e suscita la reazione dei giovani progressisti. Così Garavetti, Satta Branca e amici, danno vita a una lista dei "giovani" che vincerà le elezioni e l'anno dopo fonderà *La Nuova Sardegna*. Quell'aggettivo non è casuale, in quanto espressione di una reale opposizione che trova spazio e voce proprio sulle pagine del quotidiano. Si avvicina a posizioni vicine ai repubblicani, ma soprattutto ai socialisti che in campo nazionale fanno riferimento al leader Felice Cavallotti, amico carissimo di Garavetti. *La Nuova* sposa le battaglie di Cavallotti che sarà in Sardegna due volte (1891 e 1896) soprattutto sulla "questione morale". Brigaglia ricorda un significativo episodio quando a Sassari arrivò la notizia della sconfitta di Adua e gli studenti del liceo Azuni si riversarono in piazza d'Italia al grido «A morte Crispi! Viva la Nuova Sardegna!».

All'inizio del secolo troviamo *La Nuova* in crescita e su posizione tra repubblicani e radicali, ispirandosi come modello al giornale più diffuso d'Italia, *Il Secolo*, sia per la linea politica che per l'impostazione editoriale. Nei primi anni di vita arriva ben presto alle cinquemila copie con una capillare diffusione a Sassari e nella provincia che all'epoca comprendeva anche parte del Nuorese. Sulle sue pagine compaiono le firme di politici e letterati, tra cui il poeta e oratore barbaricino Sebastiano Satta. La prima sede in via Giardini (l'attuale via Brigata Sassari) dove si trovava la tipografia Gallizzi che stampava il giornale.

La linea politica – rileva lo storico sassarese – era di opposizione al potere, rispecchiando più la minoranza che i partiti vincenti nelle amministrazioni locali e nelle politiche. Un "ribellismo" e una posizione critica che contraddistinguono *La Nuova* nel tempo, ne segneranno il successo e anche le sfortune (sino alla chiusura in epoca fascista). Nel 1906 è a fianco

degli minatori durante i sanguinosi moti di Buggerru e affronta con toni accesi il dibattito sul fenomeno del banditismo nelle zone centrali dell'Isola, che non può essere combattuto e sconfitto solo con l'invio di reparti di carabinieri e la repressione poliziesca. Quando nel 1899 il prefetto Cassis organizza la grande spedizione contro i banditi barbaricini – quella raccontata da Giulio Bechis nel celebre libro "*Caccia grossa*" (prima edizione uscita a Milano nel 1900) – *La Nuova* prende le difese non certo delle bande, ma dell'intera popolazione che, per fare terra bruciata, viene vessata e sottoposta a un incredibile regime di polizia con arresti in massa e ingiustificati, sequestri giudiziari, soprusi di ogni genere. Con lo spirito caustico dei sassaresi compare una rubrica che stigmatizza e ironizza sulle attività del corpo di spedizione comandato dal generale Pelloux. Titolo della rubrica: «Testa di Cassis»!

Alla direzione del giornale dal 1893 c'è un esperto giornalista, Medardo Riccio, che resterà in sella sino alla morte nel 1923. A lui il compito e il merito di far crescere il giornale in tutti i sensi e di traghettarlo oltre la prima guerra mondiale che, seppure combattuta lontano, coinvolse duramente i sardi chiamati alle armi. Oltre centomila, uno e più per ogni famiglia, della popolazione maschile dai diciotto anni in su.

Nel primo ventennio Brigaglia focalizza due periodi significativi che cambiano in qualche modo la vita del giornale. La prima svolta nel 1910-1913 quando Garavetti, tra i maggiori animatori del quotidiano, viene nominato senatore nel governo Sonnino «beccandosi l'epiteto di repubblicano del re dai giovani repubblicani sassaresi». La seconda coincide con la guerra in Libia che ricompatta l'intera borghesia italiana, compresa quella sassarese, in nome di un nazionalismo tardo-risorgimentale. Il 1913 è l'anno del suffragio universale e, in vista delle elezioni, Satta Branca fonda a Sassari la sezione del partito radicale. È la fine della *Nuova* come laboratorio di dibattito e riflessione politica, animato dall'interesse della borghesia cittadina. Come ben evidenzia Manlio Brigaglia «la storia della *Nuova* fra il 1910 e il 1922 è un autentico modello di quella che potrebbe essere la spiegazione della presa di potere del fascismo... Il giornale riflette l'evoluzione di quella borghesia cittadina intransigente e progressista, attestata sempre all'opposizione e critica verso il potere che, per il tramite dell'interventismo, scivola verso posizioni sempre più moderate, quando non addirittura reazionarie».

Di fronte ai successi in campo nazionale del Partito popolare e al diffondersi nell'Isola tanto del rivendicazionismo sardista degli ex com-

battenti, quanto della protesta popolare guidata dal Partito socialista, la borghesia sassarese sceglie la terza via: quella del nascente fascismo. Lo stesso Riccio e anche Pietro Satta Branca assumono posizioni nettamente filofasciste. A dare la svolta verso una direzione opposta che riporterà la testata alle originali posizioni di voce del contropotere, saranno nel 1923 le morti premature di Riccio e di Satta Branca.

Alla direzione arriva il figlio di Satta Branca, Arnaldo, che a Roma faceva l'avvocato e frequentava la redazione del giornale *Volontà*, dove aveva stretto amicizia con socialisti, Gaetano Salvemini e i sardi-sardisti Lussu, Camillo Bellieni e Francesco Fancello.

Il 1924 è un anno decisivo per il Paese con l'ascesa inarrestabile di Mussolini che dopo la marcia su Roma del '22 ha messo le mani sul Parlamento scatenando i suoi uomini dentro l'aula di Montecitorio, nei Comuni e anche fuori. La lotta politica, fatta anche di violenze e sopraffazioni, culminerà col delitto Matteotti e la presa di potere definitiva del fascismo. Gli eventi in Sardegna si riflettono pesantemente sui due principali quotidiani sardi e in particolare sulla Nuova che presto si schiera apertamente contro il fascismo. Alle elezioni del 1924 il giornale appoggia Mario Berlinguer, che negli anni della Prima Guerra era stato corrispondente da Roma e fautore dell'interventismo sia pure su posizioni democratiche. Berlinguer a Sassari viene eletto deputato, mentre a Cagliari viene bocciato il vecchio leader liberale Cocco Ortu, decano del Parlamento, consigliere della Corona e tra i fondatori dell'Unione Sarda.

La soppressione

La Nuova ha fatto la sua scelta di campo e si appresta a una dura opposizione dalle pagine del giornale. Filippo Garavetti, uno degli ex giovani fondatori, ha aderito al fascismo ed è costretto a cedere le sue quote azionarie, così come gli eredi di Riccio passano le loro ai fedelissimi stampatori fratelli Gallizzi. È guerra aperta che i giornalisti guidato da Arnaldo Satta Branca combattono ogni giorno. Violenze, assalti alle edicole, falò dei giornali, insulti e minacce non fermano il loro lavoro quotidiano che va avanti coraggiosamente per un anno e mezzo. A mettere il bavaglio alla testata è un decreto prefettizio che, grazie alla legge promulgata all'indomani del delitto Matteotti, consente il sequestro preventivo della stampa.

Il momento arriva a metà gennaio di quel 1926 quando si tiene a Sas-

sari il congresso provinciale del Partito Nazionale Fascista che, già dal 1924, per contrastare *La Nuova* ha dato vita al suo quotidiano *L'Isola* (come abbiamo visto verrà chiuso nel 1946 con la rinascita e la rivincita dello storico giornale). Dal palco si scatenano le invettive dei piccoli ras fascisti che chiedono a gran voce la chiusura della *Nuova*.

Brigaglia ricorda un deputato, l'on. Caprino, che era anche il caporedattore de *L'Isola*, appellarsi alle autorità per la soppressione immediata. Si arriva così all'inevitabile epilogo. All'indomani del congresso il prefetto ordina il sequestro per tre giorni, gli ultimi di una serie che ha messo in ginocchio la società editrice, coprendo di debiti i tipografi Gallizzi. Il numero 21-22 esce con una prima pagina di commiato. Brigaglia sottolinea che «quel foglio rappresenta un unicum eccezionale nella storia del giornalismo italiano: in prima pagina compaiono su un colonnino la cronaca del congresso del PNF e il decreto di sequestro. A fianco su cinque colonne una serie di pubblicità scelte tra le più "volgari": mal di piedi, gambe piagate, stitichezza, l'insetticida Razzia».

La Nuova Sardegna non uscirà più per ventun anni, per rinascere il 27 aprile 1947 con direttore lo stesso Arnaldo Satta Branca che aveva firmato l'ultimo numero nell'era fascista.

La rinascita

In quell'immediato dopoguerra sono stati molti gli sconvolgimenti bellici e politici, in seguito alla caduta del regime. Per quanto riguarda la stampa il primo passo fatto dal Comitato di concentrazione antifascista è la "defascistizzazione" dell'Isola di cui viene incaricato proprio Arnaldo Satta Branca, il quale rifonda la redazione con un gruppo di fidati colleghi e chiama a collaborare personalità dell'epoca prefascista. Il 31 dicembre 1946 viene chiuso il giornale, mentre il direttore già lavorava per riaprire la storica testata che farà la ricomparsa in edicola nella primavera successiva. Ma la nuova-*Nuova* (giocando sulle parole) ha un piglio diverso da quel foglio ribelle e di coraggiosa opposizione che ne aveva contraddistinto i primi vent'anni di vita. L'Italia repubblicana e anche la Sardegna sono profondamente cambiate, il confronto si è portato su altri grandi temi come il dibattito sulla ricostruzione, sullo sviluppo, sulle rivendicazioni autonomistiche che culmineranno con la proclamazione della Regione Sarda nel 1948. Il confronto è soprattutto tra i partiti che vanno cercando

l'affermazione elettorale e il consenso, con la forte contrapposizione tra la Democrazia Cristiana e il Partito Comunista che a Sassari sono entrambi ben rappresentati.

L'anziano Satta Branca si fa da parte e lascia mano libera ad Aldo Cesaraccio (scomparso nel 1991 a 78 anni), penna pungente ed energico organizzatore. Come caporedattore guiderà il giornale per un intero ventennio (1947-1967) e ne sarà direttore per quattro anni (1971-1974). È rimasta celebre la sua rubrica "Il Caffè" che firmava con lo pseudonimo "Frumentario", un corsivo che piaceva molto al suo pubblico di affezionati lettori e rispecchiava l'anima critica e ironica dei sassaresi. La firma derivava dall'antico locale della Frumentaria dove nel 1899 nacque l'Unione popolare, una vera scuola di educazione politica popolare.

La Nuova cresce in concorrenza con *L'Unione Sarda*, con cui si spartirà la diffusione delle copie nell'intera isola tenendosi su posizioni moderate. Alla metà degli anni Sessanta si è già affacciato in Sardegna l'imprenditore Rovelli che punta – come abbiamo visto – ad avere una sua voce nella stampa per i propri fini economici e politici. Così acquista le quote azionarie frazionate nella proprietà che appartenevano alla borghesia sassarese. «Gli ultimi a vendere – è il ricordo personale di Brigaglia – furono gli stampatori Gallizzi. Vidi il vecchio Tonino piangere nel dire "Questo è tutto sangue di nostro padre..."».

Il periodo di Rovelli dura tredici anni, difficili e tempestosi che videro la redazione spaccata e in parte in contrasto col direttore Cesaraccio. Il giornale si adeguò alle direttive del processo di "rovellizzazione".

Arriva l'editore Caracciolo

Dopo la fine della SIR di Nino Rovelli, nell'autunno del 1980 *La Nuova Sardegna* passa nelle mani del gruppo Espresso-Repubblica. È una svolta che garantisce un grande successo editoriale e giornalistico. Il quotidiano sassarese è una delle testate principali della compagine creata da Carlo Caracciolo, che punta con decisione non solo sul prestigio dello storico settimanale di battaglia politica e sul moderno quotidiano di Eugenio Scalfari, ma anche sul radicamento dei giornali locali. Con l'agenzia Agl viene sviluppato un innovativo ed efficace sistema di sinergie tra le diverse realtà territoriali. In questo periodo il giornale cambia veste col formato tabloid uguale a *Repubblica* e agli altri giornali del gruppo, porta i

computer in redazione e cambia più volte grafica, modernizzando produzione e prodotto che viene stampato in un nuovo e grande centro stampa nella zona industriale.

Dai primi anni all'epoca di Rovelli *La Nuova Sardegna* ha conservato la sua sede storica nella centrale via Porcellana n.9, dove aveva la redazione, l'ufficio della pubblicità, la tipografia e persino la rotativa che dopo mezzanotte partiva col rumore di un treno. Solo nel 1988, con Caracciolo, si decide di trasferire il centro stampa alla periferia, in viale Porto Torres, in un edificio in grado di accogliere macchinari capaci di stampare più copie sia della *Nuova* che di *Repubblica*, il giornale "madre" del gruppo che, grazie alla teletrasmissione, può arrivare nelle edicole di tutta l'Isola molto presto insieme alla testata sassarese. Redazione e uffici della pubblicità Manzoni restano in via Porcellana, un punto di riferimento per tutti i sassaresi nel cuore della città.

Il grande salto avverrà solo nel giugno del 2005 col trasferimento totale del giornale (redazione e centro stampa) nella nuova sede di Predda Niedda, nella zona industriale.

Con l'avvento dell'editore Caracciolo è confermata la linea laico-progressista che ha caratterizzato *La Nuova Sardegna* fin dalla fondazione, ma con un respiro regionale. Il primo direttore della nuova fase è Luigi Bianchi (1980), seguito da Alberto Statera (1983), Sergio Milani (1986) e Livio Liuzzi (1991) che, proveniente dal *Tirreno* di Livorno, era stato caporedattore con Bianchi. L'avvio del nuovo corso del quotidiano sassarese si completa proprio con Liuzzi, che rafforzerà il sistema delle edizioni locali: a quelle di Sassari, Cagliari, Nuoro, Oristano e Olbia viene aggiunta la redazione del Sulcis-Iglesiente per un maggiore radicamento in tutto il territorio dell'informazione di interesse regionale. Radicamento che accresce la competizione con il tradizionale concorrente (*L'Unione Sarda*), soprattutto nelle zone di confine dove le notizie sui fatti di cronaca fanno la differenza giornaliera nelle vendite.

A cavallo degli anni Ottanta e Novanta *La Nuova*, passata con tutto il gruppo *Espresso-Repubblica* dal duo Caracciolo-Scalfari all'industriale-finanziere Carlo De Benedetti, viene coinvolta nella "guerra di Segrate", lo scontro tra Silvio Berlusconi e De Benedetti sul controllo e poi la spartizione della Mondadori, socio del gruppo editoriale. Come quasi tutti i giornali locali, il quotidiano sassarese resterà nelle mani di De Benedetti, che ribadisce la linea politico-editoriale di Caracciolo.

Dopo Liuzzi arrivano Stefano Del Re (2005), Paolo Catella (2010) e

Andrea Filippi (2013), ai quali è capitato il non facile compito di avviare lo sbarco sul web e soprattutto di gestire la fase della crisi editoriale che ha colpito duramente anche l'informazione giornalistica italiana e sarda: meno copie vendute in edicola, meno pubblicità, insufficiente apporto economico dal web.

A farne le spese sono le edizioni più lontane dalla sede centrale di Sassari: prima chiude il Sulcis-Iglesiente (2009), quindi quella di Cagliari (2013). *La Nuova*, come tutti gli altri, si attrezza per resistere a questa difficile fase di crisi e punta sempre più alla multimedialità. Su Facebook ha superato i 70 mila followers, un numero crescente di appassionati lettori che si rispecchiano nei social network e vogliono far sentire la loro voce con commenti, lettere e semplici sondaggi. Il notiziario del web si arricchisce, la sfida continua per tenere viva e vivace una testata che da oltre un secolo fa sentire la sua voce.

Per celebrare l'anniversario tondo scrisse bene Brigaglia: «Nel 1992 *La Nuova* ha compiuto i suoi cent'anni. È un piccolo falso storico perché in realtà, se è vero che è nata nel 1892, è anche vero che ha vissuto finora soltanto 81 anni poiché è rimasta chiusa per 19 a causa del fascismo. Però – conclude lo storico sassarese – a mio parere quegli anni di silenzio sono il primo dei suoi titoli di nobiltà». Il sassarese, infine, è legato in modo viscerale al suo giornale: ogni esperimento fatto in un recente passato per contrastarlo “in casa”, nel tentativo di portargli via solo qualche centinaia di copie, è miseramente fallito. Ed è questa la vera forza della testata.

Capitolo 9

Anni Duemila: EPolis e le ultime iniziative

Dopo la cessione dell'*Unione Sarda* all'imprenditore Sergio Zuncheddu, che negli accordi prevede l'impegno di non pubblicare niente in Sardegna per cinque anni, puntualmente alla scadenza della tregua contrattuale Grauso torna in campo. Il vulcanico Nichi ha in testa un progetto che andava coltivando sin da metà anni Novanta. La nuova idea era questa: perché non creare un network di testate locali collegate a una testata “madre” in modo da mettere sul mercato un unico quotidiano a diffusione nazionale con ramificazioni nelle varie regioni? Il progetto era semplice: una sola testata *EPolis*, col richiamo della modernità di internet (la E) e della città (col grecismo *polis*), col fine di dichiarare una tiratura pari alla somma delle tirature di tutte le testate locali. Il totale previsto avrebbe dovuto superare il mezzo milione di copie distribuite, ponendo il giornale al terzo posto dietro *Il Corriere della Sera* e *La Repubblica*.

Per arrivare a questo obiettivo era necessario penetrare rapidamente nel mercato utilizzando l'inedita e sindacalmente discutibile formula della doppia distribuzione: gratuita (come una free press) per le strade e a pagamento (50 centesimi, metà prezzo rispetto alla concorrenza) nelle edicole. Partendo da un *EPolis* sardo il progetto prevedeva la creazione di tante testate gemelle locali, con una parte nazionale realizzata a Cagliari e il resto (Cronache, spettacoli e sport locali) prodotto da mini redazioni sul territorio.

In questo modo Grauso puntava a far diventare *EPolis* il terzo giornale nazionale, a produrlo con moderne tecnologie in modo agile, con pochi giornalisti rispetto allo sforzo e all'ambizione del progetto e così riducendo i costi redazionali. L'obiettivo manifesto, una volta posizionato ai vertici delle vendite dei quotidiani italiani, era di raccogliere pubblicità sia nazionale che locale. Un progetto ibrido (free press/edicola) che si scontrava, però, con problemi concreti: i costi della carta per fare un giornale ricco e competitivo con una foliazione da quotidiano “vero” e non da free press che prevede al massimo una dozzina di pagine, i costi della stampa e della distribuzione. In più i tempi necessari per arrivare ai traguardi di vendita e diffusione prefissati e comunque non garantiti, prima di poter conquistare il mercato pubblicitario.

Un progetto dunque che nasce con grandi idee, speranze e innovazioni, ma utopistico nella realtà del mercato italiano e fallimentare nei fatti. Prevedeva immediate e sostanziose spese, mentre gli incassi sarebbero arrivati in un futuro non ben ipotizzabile. In pochi anni, come vedremo, Grauso si ritrova con quaranta milioni di debiti.

Tornando indietro, ecco in sintesi come si sviluppò la nuova iniziativa: il 1° ottobre esce nelle edicole sarde *Il Giornale di Sardegna*. Il quotidiano, inizialmente di ottanta pagine, viene stampato nella tipografia di Tossilo, Macomer, ed è confezionato da una redazione di 35-40 redattori e da decine di collaboratori in tutta l'Isola, la grafica è di Piergiorgio Maoloni, direttore Antonio Cipriani proveniente da *L'Unità*, condirettore viene nominato un giornalista di lungo corso e autorevole commentatore quale Giorgio Melis, con un passato all'*Unione* e alla *Nuova*. Il giornale parte con una distribuzione nelle edicole (la gran parte su Cagliari e hinterland) e una valanga di copie omaggio diffuse nei piccoli esercizi commerciali, nelle strade e persino davanti alle chiese. Nel momento di lancio raggiunge le 50 mila copie di distribuzione (in realtà le copie effettivamente vendute sono poche migliaia).

Da subito il modello adottato è quello del *free and pay*. Un anno dopo, il quotidiano cambia struttura e veste grafica, affidandosi allo studio catalano di Cases i Associats, che riprende gli stili e le innovazioni dei quotidiani iberici e sudamericani. E il giornale si sdoppia in due edizioni: *Il Sardegna blu* (Cagliari e sud Sardegna) e *Il Sardegna rosso* (nord Sardegna, Sassari e Olbia). Passa un altro anno e Grauso trasforma il progetto local nel network *EPolis*, che si espande nella Penisola, con cinque redazioni nel Veneto, due in Lombardia, una a Firenze. E ancora, è l'autunno del 2006, il lancio delle edizioni di Roma, Milano e Napoli. Queste ultime vengono prodotte da giornalisti in "telelavoro", cioè senza redazioni "fisiche". Una novità, contrastata dal sindacato nazionale, ma che farà da apripista ad altre iniziative editoriale per consentire gestioni "low cost" e assunzioni contrattualmente più deboli di giornalisti.

Nascono così *il Padova* (21 febbraio 2006), *il Venezia* e *il Mestre* (2 marzo 2006), *il Treviso* (14 marzo 2006), *il Vicenza* (16 marzo 2006), *il Verona* (21 marzo 2006), *il Bergamo* (23 marzo 2006), *il Brescia* (30 marzo 2006), *il Firenze* (20 giugno 2006), *EPolis Roma* e *EPolis Milano* (28 settembre 2006), e infine *Il Bologna* e *Il Napoli* (6 dicembre 2006). L'intero gruppo *EPolis* dichiarava nell'ottobre 2006 una tiratura di circa 780 mila copie, con 136 giornalisti (di cui 40 nella redazione cagliaritano).

Il cuore pulsante di tutti i giornali (i cui contenuti prevedono una parte nazionale comune e una parte locale) resta la redazione centrale di Cagliari. Nell'estate del 2007, il gruppo inizia ad accusare forti perdite. Le economie di scala create con una contrazione dei costi di giornalisti e poligrafici non sono compensate da una riduzione delle spese altissime di stampa e distribuzione. E i ricavi della pubblicità (praticamente gli unici introiti, se si escludono le poche migliaia di copie vendute) non sono sufficienti. Con un passivo pesante, nel luglio del 2007 *EPolis* sospende le pubblicazioni che saranno riprese a settembre (con tutte le redazioni, esclusa Cagliari, in telelavoro) dopo la cessione delle testate a un gruppo di imprenditori guidati dal trentino Alberto Rigotti.

Il cambio di direzione (dal primo gennaio del 2008 a Cipriani subentra l'ex inviato di *Repubblica* Enzo Cirillo) porta a un rilancio effimero. Vengono aperte anche le redazioni di Palermo, Udine e Bari, finché, sommerso dai debiti, il gruppo *EPolis* sospende le pubblicazioni nell'estate del 2010 avviandosi verso la strada del fallimento e lasciando senza lavoro oltre cento giornalisti in tutta Italia (oltre a decine di amministrativi e poligrafici), che finiscono in cassa integrazione.

L'esaltante e quanto bruciante esperienza di *EPolis* in Sardegna lascia per strada numerosi giornalisti professionisti e uno stuolo di giovani promettenti collaboratori, tutti a caccia di un'occupazione e pronti a rimettersi in gioco pur di riprendere a lavorare. Nell'attesa i professionisti finiscono in cassa integrazione sulle casse della categoria che gestisce il fondo dell'INPGI. Nel 2011 assistiamo a due altre esperienze editoriali, anche queste purtroppo finite ingloriosamente.

Il Sardegna Quotidiano

Nella primavera un gruppo di colleghi provenienti dall'esperienza di *EPolis* costituisce la "Cooperativa Giornalisti Sardi" e studia un piano di fattibilità di un nuovo quotidiano locale, radicato a Cagliari e hinterland, con la prospettiva di "sdoppiare" l'iniziativa anche nel nord dell'Isola. Così, il 28 giugno – qualche giorno prima dell'uscita di un altro giornale, *Sardegna 24* – viene diffuso a Cagliari nelle edicole e in decine di "punti free" *Il Sardegna Quotidiano*.

Nell'estate del 2011 con la crisi dell'editoria già pesante e crescente su tutto il territorio nazionale, nell'Isola troviamo quattro quotidiani: i due

leader “storici” e le due novità che cercano di ritagliarsi un loro spazio. Dietro le nuove iniziative c’è l’entusiasmo dei giornalisti e la volontà di continuare a fare questo mestiere dopo precedenti esperienze e scelte professionali, ma si muovono anche interessi politici in vista di elezioni politiche e regionali. Il quadro presenta forti tensioni e divisioni soprattutto nel centrosinistra che, dopo aver governato con Renato Soru per quattro anni (2004-2008), si ritrova all’opposizione nella Regione ora guidata dal centrodestra con presidente Ugo Cappellacci.

Il Sardegna Quotidiano, edito dalla cooperativa, diretto dall’ex *Nuova Sardegna* Fiorentino Pironti, si presenta con una grafica d’impatto (creata dallo studio Alberto Valeri), grandi immagini e titolazione “robusta”, 24 pagine full color, ha un formato “Berliner” leggermente allungato rispetto al classico tabloid ed è stampato dalle “Grafiche Ghiani”. Sul piano dei contenuti il giornale è sostanzialmente suddiviso in quattro sezioni: il “primo piano” comprende le notizie più forti di Cagliari e Sardegna, la seconda parte è un dorso centrale sulle notizie di cronaca del capoluogo e hinterland, sistemate con un’impaginazione frammentata (brevi, colonnini, tagli), poi lo sport e la cultura. Nelle 24 pagine sono residuali i contenuti nazionali, fatta eccezione per i grandi “eventi”.

Un’altra caratteristica, tipica del modello iberico, è quella di portare davanti come intermezzo fra i “primi piani” le pagine dei commenti, lettere e opinioni. La redazione, che si trova nel Centro direzionale Pittarello, sulla ex 131 a Sestu, è composta da una decina di redattori, guidati dal dinamico vicedirettore Alessandro Ledda, con alle spalle le esperienze all’*Unione* e ad *EPolis*. Anche in questo caso la formula scelta è quella del *free and pay*: le 10-15 mila copie vengono in gran parte offerte gratuitamente nei piccoli esercizi commerciali di Cagliari e per il resto distribuite in tutte le edicole di Cagliari e nell’hinterland ristretto.

Il giornale piace, attira simpatie, è ben fatto e comunque rappresenta una voce alternativa ai maggiori quotidiani. I cronisti “pedalano” e ogni tanto riescono a dare qualche “buco” e notizie esclusive. Ma la pubblicità è scarsa, insufficiente per consentire un *break even* stimato sulle diecimila copie (il livello minimo di copie vendute che consenta la sopravvivenza del giornale con il pareggio dei costi). Senza aiuti pubblici e/o importanti finanziamenti di un qualche “generoso” editore, il futuro è segnato.

Dopo una sospensione delle pubblicazioni, nell’autunno del 2012, che consente una ristrutturazione societaria per garantire al progetto un respiro più ampio, il giornale si ripresenta ai lettori nel febbraio del 2013,

con una redazione più snella formata quasi esclusivamente dai soci della coop “Giornalisti Sardi” che, finalmente, può godere dei contributi regionali previsti per l’editoria. Una boccata d’ossigeno, ma niente più. *Il Sardegna Quotidiano* nella nuova veste continua a resistere puntando su un’informazione alternativa a quella delle due testate storiche. Ma alla fine dell’estate cessa le pubblicazioni.

Il Sardegna 24

Non dura più di un sette mesi, invece, *Sardegna 24*. Si presenta in edicola il 1° luglio 2011 con 56 pagine a colori e una tiratura di 20 mila copie, redazione a Cagliari in piazza del Carmine nell’ex sede di *Sardegna Democratica*. Editori: un gruppo di imprenditori vicini a Renato Soru (l’ex presidente era presente la sera in cui si è brindato per l’uscita del primo numero), tra i quali Carlo Scano, immobiliare di Sanluri.

Una quindicina di giornalisti tra il capoluogo, l’Ogliastra, Nuoro e Olbia.

Alla direzione viene chiamato Giomaria Bellu, giornalista cagliaritano, ma da molti anni trapiantato a Roma: dopo aver iniziato con l’Unione e poi alla Nuova, fa il grande salto nel gruppo romano passando a *Repubblica* dove diventerà inviato specializzato in inchieste investigative e in servizi segreti. Suo lo scoop (da cui trarrà anche un libro) sul mistero dell’affondamento di un barcone con 300 migranti davanti a Porto Palo, nel mare di Sicilia. Una notizia sconosciuta e taciuta sino alle clamorose rivelazioni di Bellu che denunciò all’opinione pubblica la sconvolgente tragedia, la prima di una serie che tutt’oggi purtroppo non si è fermata. Da *Repubblica* Bellu è chiamato alla condirezione dell’*Unità*, la storica testata fondata da Gramsci, in cui Soru nel maggio 2008 è entrato nel pacchetto societario nell’operazione di salvataggio del giornale, da anni sempre sull’orlo del fallimento.

L’uscita di un quarto giornale, nonostante le ufficiali coperture e smentite, non può nascondere gli interessi politici dell’ex governatore fondatore di “Progetto Sardegna” e vicino al Partito Democratico. Il patron di “Tiscali” punta e rientra in pista nel confronto regionale, dove sono vivaci i contrasti all’interno dello stesso Pd, diviso in più correnti. Bellu accetta la proposta e ritorna nella sua città natale, pronto a una nuova sfida giornalistica. In pochi mesi nasce *Sardegna 24*. Tiratura iniziale

ventimila copie. Forse confuso dai lettori per la contemporanea uscita del *Sardegna Quotidiano*, una scarsa promozione e marketing, stritolato in edicola dai giornali maggiori, non ottiene i risultati sperati. Viene accolto tiepidamente e “punito” subito dal mercato. Le vendite vanno male sin dagli esordi, fino a scendere in brevissimo tempo a meno di mille copie al giorno. A novembre Bellu rileva le quote di maggioranza e diventa l'editore. Ma le cose peggiorano e dopo appena sette mesi, il giornale cessa le pubblicazioni. L'ultimo numero con il congedo dai lettori e la promessa di continuare l'avventura sul web con un giornale on line appare domenica 29 gennaio 2012.

È il direttore Bellu a raccontare l'epilogo alla vigilia dell'ultima uscita: «Ci abbiamo lavorato duramente, tutti insieme, così come è documentato dal video che da subito abbiamo postato sul nostro sito. Era giugno, la redazione era appena nata e lavorava mattina, pomeriggio, sera e sera inoltrata ad un giornale che doveva ancora prendere forma. E poi nascere, mostrare la propria identità e mantenerla. Restare in vita. Ci siamo riusciti per quasi sette mesi. Troppo poco per esultare, abbastanza per riconoscere che *Sardegna 24* la propria identità l'ha mostrata, ogni giorno, ai suoi lettori. Un'identità che a molti non è piaciuta, ad altri invece sì e per questo hanno continuato a sceglierci e a preferirci, in un mercato editoriale difficile, impossibile, in cui l'uscita di un nuovo quotidiano poteva apparire, se non una follia, un azzardo. In questo azzardo ci siamo noi, giornalisti di *Sardegna 24*, i grafici, i fotografi, i tecnici, i collaboratori. Per far nascere questo giornale abbiamo lavorato spesso in condizioni al limite della sopportabilità». È lo stesso Bellu a dare la notizia della messa in liquidazione della società, dopo il tentativo, purtroppo vano, dello stesso direttore di salvare il salvabile rilevando le quote dei soci fondatori che avevano, già da tempo, “abbandonato la nave”.

«Ringrazio i colleghi – dice – che hanno lavorato con me condividendo il progetto professionale e ideale. Una squadra straordinaria che ha resistito a una situazione difficilissima». E annuncia: «Utilizzerò le risorse che arriveranno per l'avvio di una nuova iniziativa editoriale o per il proseguo di questa. Nonostante le enormi difficoltà di questi mesi, determinate dal quasi immediato abbandono da parte dell'editore del progetto al quale avevo aderito, credo che l'esperienza di *Sardegna 24* abbia confermato la necessità di una voce libera e autonoma nell'informazione sarda».

Il giornale, come già accennato, era stato fondato per iniziativa di un gruppo di imprenditori sardi riconducibili a Renato Soru. Della società

facevano parte la “Sarprint” con il 40 per cento delle quote, Carlo Scano, Mariano Pireddu e Giancarlo Muscas con il 20 ciascuno. Amministratore delegato nella prima fase del giornale era stato nominato Fabrizio Meli, cagliaritano, ex giornalista dell'*UnioneSarda* poi passato al lavoro a gruppo Tiscali e quindi nominato da Soru Ad dell'*Unità* e direttore di *Tiscali News*. Carlo Scano era uscito dalla gerenza nel primo mese di pubblicazioni e nel ruolo di amministratore delegato era stato chiamato Giancarlo Muscas. La società si era poi trasformata in una Srl, con l'ingresso di Bellu quale editore, il 16 novembre. Ma all'orizzonte non ci sono nuovi finanziamenti, mentre le spese e debiti aumentano per pagare carta, stipendi e contributi del giornalisti.

Ogni giornale che apre, in un paese democratico, è sempre una bella novità e una festa. Ogni chiusura è un lutto per tutti: per chi ci lavora e per i lettori, perché in questo settore la libera concorrenza è di stimolo per i competitor e di attenzione per la realtà sociale e politica. Purtroppo molte iniziative nascono con ambiziose velleità, senza autentici e realistici piani industriali, e con i piedi d'argilla. A guidarle è quasi sempre l'entusiasmo e la passione, spesso però nascondono operazioni politiche ed economiche meno chiare. Senza un solido sostegno finanziario e bilanci di previsione pluriennali che ne garantiscano lo *start up* e l'uscita per almeno un paio d'anni sino a raggiungere il *break even* necessario alla sopravvivenza, è inevitabile arrivare presto ai conti in rosso. Da qui al fallimento e alla chiusura i passi sono rapidi e scontati.

Nel loro secolo di vita L'Unione e La Nuova, come sin qui abbiamo raccontato seppure sinteticamente, hanno visto diversi aspiranti concorrenti presentarsi anche con bei progetti, ma finire miseramente nei debiti. A pagarne le conseguenze maggiori sono purtroppo i giornalisti, i collaboratori, i poligrafici, i fornitori, tutti quelli che ci hanno creduto e ci hanno messo speranze, lavoro, passione ed energia. I più si ritrovano disoccupati, sulle spalle delle casse previdenziali della categoria, senza prospettive di trovare altri sbocchi in un panorama editoriale sempre più in crisi e ristretto. Le voci alternative sono importanti, ma anche le iniziative più serie devono poi confrontarsi sul mercato, in questo caso quello sardo dove i numeri di vendite e di incassi pubblicitari da alcuni sono in costante calo.

Nel 2011, dunque, vediamo nascere e chiudere rapidamente le due nuove testate quotidiane di Cagliari. Qualche giornalista è riuscito a ricollocarsi nelle principali redazioni regionali o presso uffici stampa pubblici.

Gli altri sono andati ad ingrossare la lista dei disoccupati. Giomaria Bellu continua la sua sfida sul web con *Sardiniapost.it* (dal significativo sottotitolo: «le notizie di oggi per la Sardegna di domani»).

Lasciamo le conclusive e significative parole alla Fnsi, il sindacato nazionale: «È triste assistere alla grande difficoltà di nuovi giornali a proseguire la loro attività», afferma in una nota apparsa sui media all'annuncio dell'ultimo numero della testata: «È, infatti, notizia di grande desolazione la chiusura dopo appena sei mesi e mezzo di *Sardegna 24*, quotidiano promosso da un gruppo di imprenditori locali, che direttamente o indirettamente avevano lanciato una proposta editoriale con l'obiettivo dichiarato di sviluppare il pluralismo e un giornalismo alternativo, competitivo sul terreno delle idee nella regione. L'impegno generoso di 17 redattori e cinque collaboratori che hanno dato prova di grande tenuta e del direttore Giovanni Maria Bellu, che nel novembre scorso si era assunto anche il ruolo di editore dopo la rinuncia dei principali imprenditori che l'avevano promosso – continua la Fnsi – non sono valsi ad evitare una chiusura provocata forse anche da peccati d'origine. Non c'è, infatti, solo un problema di difficoltà generica del mercato editoriale ma, dalle notizie che si hanno, emergono pochezza imprenditoriale e insufficienze originarie di business plan».

Parole di rammarico per la fine di una voce “libera”, ma anche di forti critiche contro editori dilettanti o avventuristici. Un monito per chiunque in futuro pensi che fare un giornale sia una scommessa, una sorta di gioco in cui le possibilità di riuscita, seppure ridotte, possano spingere all'azzardo. Un quotidiano, invece, è un impegnativo progetto industriale che mette in campo tante diverse professionalità e ha necessità di sostanziosi finanziamenti. Se va male, come quasi sempre accade in mancanza di questi presupposti, lascia sul terreno disoccupati e debiti che nessuno poi pagherà. In una parola il risultato è il fallimento del progetto editoriale ed il fallimento giudiziario, con conseguenze che peseranno a lungo su tutta la categoria.

Le speranze per le sfide di oggi

In questi ultimi anni abbiamo visto tre esperienze confrontarsi con i due giornali storici e abbiamo raccontato come sono finite. All'inizio del 2014 restano a confrontarsi nell'Isola con i quotidiani nazionali (anche

loro a picco nelle diffusioni) le due testate ultrasecolari. Ma anche per loro non è più come prima. La situazione del settore è profondamente cambiata: gli stessi due quotidiani hanno dato vita a profondi rinnovamenti strutturali, pensando a posizionarsi per reggere all'attuale mercato e presentarsi con nuovi programmi agli anni che verranno. La speranza di tutti è che la crisi passi, e sicuramente passerà, ma i tempi non saranno brevi. Soprattutto, come abbiamo già sottolineato, niente più sarà come prima.

La sfida della carta stampata ha cominciato a giocarsi su altri tavoli, in particolare sul web: inevitabile il ricorso a sinergie, riduzione di costi, contratti più agili in redazione e nel settore poligrafico, prepensionamenti e ringiovanimento delle redazioni con l'innesto di forze fresche e più capaci a muoversi nel mondo in espansione di internet. Le previsioni degli analisti non sono ottimistiche, ma nessuno recita il *de profundis* per la carta stampata. Continuerà a vivere, probabilmente a lungo, ma dovrà interagire e integrarsi con il web, la tv, la radio, l'informazione on line e diffusa su tutti i mezzi di comunicazione (dagli smartphone ai tablet). Non ultimi con gli stessi giornali on line che ormai ogni testata possiede sul proprio sito o portale.

I numeri di diffusione – queste le previsioni della Fieg – si ridurranno sino ad scendere a un livello minimo consolidato di lettori fedeli, irriducibili e affezionati al vecchio, caro, prodotto di carta. I giornali locali in particolare continueranno a svolgere il loro ruolo fondamentale per una capillare informazione da tutti i centri della Sardegna, grazie alla rete di collaboratori e alla professionalità delle redazioni. Un'informazione, quella locale, che solo giornali profondamente radicati nel territorio come L'Unione e La Nuova potranno continuare a garantire dando voce a notizie che, altrimenti, non avrebbero alcun spazio e diffusione su altri quotidiani e giornali qualificati.

E su queste basi la carta stampata continuerà a camminare verso nuovi obiettivi.

Il futuro non è domani. È già cominciato.

II PARTE

L'avventura di Video On Line

Gli esordi sul web in Italia

«La storia del giornalismo on line italiano ebbe inizio con l'esperimento di un quotidiano di piccole dimensioni: l'Unione Sarda. Era l'estate del 1994 e, seguendo l'esempio dei colleghi d'oltreoceano, si testò la via di internet. Dai primi tentativi condotti negli Stati Uniti erano trascorsi due anni: un tempo che, pur conservando i ritmi sostenuti con cui avanza la tecnologia informatica, resta tutto sommato breve». Due anni, però, nei quali si gettarono le basi dell'informazione quotidiana sul web.

A raccontare l'avvio di questa novità rivoluzionaria nel mondo dell'editoria italiana è Andrea Bettini, giornalista e studioso dei media. Iniziò la ricerca a metà degli anni Duemila e nel 2009 pubblicò la seconda edizione di *"Giornali.it/2.0"*, la storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani. Un volume fondamentale per capire come nacque il fenomeno e come si sviluppò vertiginosamente. Bettini passa in rassegna i principali gruppi nazionali che, dopo i primi mesi di disorientamento ed esperimenti, si lanciarono in questa nuova avventura con la coscienza che sulla strada di internet si sarebbero combattute le sorti anche del settore cartaceo.

Agli esordi si cominciò per intuizioni ed emulazioni (guardando anche cosa stava accadendo dall'altra parte del mondo), per arrivare ad una pianificazione e ad uno sviluppo originale. Tutti, comunque, avevano capito che dal web non si poteva più prescindere e che giornali cartacei e siti internet, da quel momento, dovessero camminare insieme. All'epoca nessuno sapeva bene e come, molti preconizzavano la fine della carta stampata in tempi più o meno lunghi, qualcuno ipotizzava apertamente che il web sarebbe stato il killer dei giornali di carta e che, "rubando" copie alle proprie testate, prima o poi avrebbe ribaltato le abitudini dei lettori facendo precipitare le vendite e quindi compromettendo la stabilità economica del gruppo. Altri – ed è questa la tesi che attualmente trova più sostenitori – auspicavano che web e carta stampata prima o poi avrebbero cominciato ad interagire, integrarsi e ad essere complementari.

Quale la formula vincente? Ciascun gruppo oggi si sta muovendo in questo senso, per trovare una soluzione che indichi le strategie editoriali,

produttive ed economiche per il prossimo futuro. Questo perché la strada del web è ormai senza ritorno, mentre occorre fermare l'emorragia delle copie e la crisi dei giornali.

Nel suo volume Bettini esamina la nascita dei giornali on line nei grandi gruppi nazionali: *La Repubblica*, *Rcs Corriere della Sera*, *La Stampa*, *il Quotidiano.net* di Monrif (*La Nazione – Il Resto del Carlino – Il Giorno*), *Il Sole 24 Ore*. Il libro si apre dedicando due pagine alla prima esperienza in assoluto, quella che avvenne in una piccola città di un'isola, Cagliari, luogo geograficamente ed economicamente marginale nel contesto nazionale, soprattutto per il settore editoriale. Eppure qui nacque la prima idea di un giornale italiano e forse europeo da diffondere sul web: così Cagliari per oltre due anni diventò un laboratorio sperimentale e di studi internazionali. Bettini, come poi tutti gli studiosi che hanno affrontato l'argomento, riconosce ovviamente la primogenitura dell'*Unione Sarda* in questo campo, ma dopo poche righe e citazioni, si concentra sui grandi gruppi ai quali dedica interi capitoli e approfondimenti.

Perciò, in un discorso storico più analitico, in questo volume vogliamo raccontare a fondo la genesi di Video on Line, pietra miliare del percorso poi intrapreso da tutti gli altri.

I pionieri negli USA

A parlare di giornalismo on line – racconta Bettini – si iniziò nel 1992, quando dei contenuti giornalistici furono inseriti all'interno di *bouquet* proposti da servizi commerciali come AOL, CompuServe o Prodigy. Nella maggior parte dei casi gli utenti interagivano con pagine completamente piene di testo, senza immagini, con contenuti ridotti e grafica rudimentale. Eppure, anche se con enormi difficoltà, alcuni di questi primordiali progetti ebbero un successo sufficiente ad attirare su di sé l'attenzione di un piccolo pubblico e degli esperti del settore. Inizialmente il gruppo dei pionieri fu guidato da testate a diffusione locale, ma poi, a partire dal 1994, entrarono in scena i grandi quotidiani.

Il *New York Times* lanciò un proprio sito contenente soprattutto recensioni, gruppi di discussione ed elenchi tematici e poco dopo anche il *Washington Post* sbarcò sulla rete. Così, mentre negli USA il 1995 si segnalava come l'anno di *Salon*, la prima rivista completamente on line, in Italia si muovevano i primi passi in un mondo pieno di incognite.

«Partito con grande slancio – scrive Bettini – per l'entusiasmo del suo proprietario Nichi Grauso, patron di Video On Line, il tentativo in grande stile dell'*Unione Sarda* ebbe vita breve e ben presto si ridimensionò notevolmente. Nonostante una cura non indifferente per il sito (per il periodo), testimoniata dalle assunzioni specifiche per la versione web, da diverse sperimentazioni e dal trattamento multimediale delle notizie, la vetrina su internet del giornale non ebbe il successo sperato».

Ecco come Bettini spiega il "fallimento" dell'avventura: a frenarne lo sviluppo furono soprattutto la ridotta diffusione della rete allora presente in Italia (si stima che nel 1995 gli internauti fossero 400 mila) e la natura stessa del giornale regionale e quindi scarsamente capace di proporsi all'improvviso a un pubblico nazionale o globale. Sicuramente un'analisi realistica, ma riduttiva e affrettata che non rende giustizia e non illustra lo sforzo immane che un piccolo gruppo editoriale fu capace di portare avanti in Italia e, come vedremo, nel mondo con un tour promozionale durato un anno. Di certo questo aspetto non interessava al fine dello studio citato che punta i riflettori su altri obiettivi.

I primi grandi quotidiani a proporre contenuti su internet – riprende il suo discorso Bettini – furono, nella primavera del 1995, *La Stampa*, *Il Corriere della Sera* e la *Gazzetta dello Sport*. Si trattava ancora di siti molto rudimentali che offrivano ben poche notizie tratte dal giornale in edicola. Si seguiva, insomma, quel procedimento che Riccardo Staglianò (2002) ha efficacemente descritto come «fiera del repurposing» e che consisteva nel riversare sul web, al minimo costo possibile, gli stessi contenuti del prodotto cartaceo, sperando di ottenere qualche guadagno con i *banner* pubblicitari inseriti nelle pagine.

Poco fortunato fu anche il tentativo dell'*Unità*, che ebbe inizio il 30 agosto 1995. Il quotidiano allora guidato da Walter Veltroni si segnalò per la scelta di pubblicare on line tutti gli articoli del giornale cartaceo. Partito con discreto successo ben presto, però, il progetto si arenò a causa della profonda crisi che colpì l'intera testata.

Anche se non mancavano alcuni esempi di buona fattura, dopo più di un anno dal lancio del primo progetto il panorama del giornalismo on line era ancora poco soddisfacente sia per qualità che per completezza e scontava i dubbi e le incertezze che ne avevano accompagnato i primi mesi di vita. Alla fine del 1995 – conclude Bettini – la maggioranza dei giornali non aveva ancora una propria versione telematica ed i contenuti proposti dai pochi, che avevano già intrapreso questa strada, erano ridotti e poco curati.

La nascita di Video on Line

«È nato Video On Line un nuovo servizio telematico, destinato alle famiglie e alle aziende, per informarsi e comunicare. È 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»: così iniziavo il mio articolo pubblicato su *L'Unione Sarda* il 4 dicembre 1994 dal titolo "Come navigare nel mare delle reti on line".

Erano le prime volte che si cominciava a parlare del web sui giornali. All'epoca ero caporedattore centrale del giornale ed ebbi, tra gli incarichi del lavoro quotidiano, anche quello di seguire gli sviluppi della ricerca per iniziare a renderne conto ai lettori sul nuovo fenomeno che, anche noi, stavamo iniziando a scoprire.

Dopo alcuni mesi di sperimentazione il 3 dicembre 1994, con una conferenza stampa a Milano, nasce così Video On Line. In una società come quella italiana che ancora ignorava internet e poco esperta di computer, occorreva illustrare cosa fosse questo nuovo servizio. «Video On Line – spiego nell'articolo – è un servizio telematico che consentirà agli utenti di avere libero accesso a Internet, la rete informatica più 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».

I servizi on line occupavano molta memoria in quanto ricchi di grafica e 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 più 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.

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.

«Non a caso – sottolineo nell'articolo – 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 è uno di questi».

Alice Strano, nella sua tesi di laurea, ripercorre con pazienza tutte le tappe di quella fase sperimentale, riprendendo gli articoli apparsi su *L'Unione Sarda* e su altri giornali nazionali che davano conto delle novità. Dell'argomento si occuparono con me alcuni colleghi, oltre il direttore del giornale Antonangelo Liori, il direttore editoriale Alberto Rodriguez e un giornalista esperto come Angelo Pani.

Seguiamo, dunque, la ricostruzione minuziosa fatta da Strano che ci restituisce l'entusiasmo di quei giorni riportati dalle cronache del quotidiano.

Il 3 dicembre 1994 l'editore Nicola Grauso, in un prestigioso hotel di Milano, 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 straniere. 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 catapultava la Sardegna in ogni angolo del pianeta attraverso il canale informatico di Internet [...] è la "bretella" che consentirà a chiunque di entrare nell'autostrada della comunicazione interattiva», riporta il resoconto pubblicato il giorno dopo. Come spiegare ai lettori sardi un fatto epocale la cui portata sfuggiva agli stessi protagonisti del progetto?

L'Unione Sarda – riassume Strano – realizzò il servizio per diversi mo-

tivi, 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.



Home page di Video On Line

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, e via elencando. Inoltre – fatto eccezionale per l'epoca – era possibile vedere filmati dal vivo.

Dando uno sguardo al resto del mondo – sottolinea Strano – 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 in lingua inglese che si potevano consultare non aveva paragoni in confronto all'Italia: un centinaio solo negli Stati Uniti, contro l'unico italiano, *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 come: il quotidiano del giorno, le copie arretrate, i messaggi da inviare al giornale e al CRS4.



Prima home page di Video On Line

Ma la novità stava negli articoli: alcune parole del testo (i link) apparivano colorate di blu. Queste rappresentavano ulteriori "finestre" che con-

sentivano 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 cagliaritano 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” in pochi anni. Il paragone era fra la rete di internet (conquista della scienza) e la scoperta dell’America: «Colombo – scrivevo nell’articolo – partì con tre caravelle sulla base di qualche intuizione e di poche conoscenze. Compi un viaggio reale attraverso lo spazio e il tempo e cambiò la storia. Oggi, sulle 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».

Altra riflessione, che è lecito fare, riguarda la cancellazione della dicotomia fra centro e periferia. Con lo sviluppo dell’*Unione Sarda* elettronico le notizie della Sardegna potevano ritrovarsi in tempo reale a Parigi, New York o Tokyo e viceversa, in un paesino fra i monti della Barbagia era possibile riflettere su realtà raccontate da quotidiani americani. Ma cosa c’era dietro alla nascita di Video On Line, e chi furono i protagonisti che hanno permesso di realizzare questo servizio?

La nascita del progetto

L’inizio fu casuale. Tutto cominciò quando alla sede dell’*Unione Sarda* di viale Regina Elena arrivò un giovane ingegnere olandese dell’università di Delft. A Cagliari Reinier 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 po’ 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

– spiegò van Kleij ai primi stupiti interlocutori – partendo da un articolo dell’*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».

Dall’esperimento di van Kleij con i giovani del CRS4 nasce così Video On Line, una società 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.

Un olandese a Cagliari

Per capire i retroscena e conoscere come realmente andarono i fatti, bisogna andare alla fonte, meglio ancora ai testimoni, cioè a chi quegli eventi visse da protagonista in prima persona. Reinier van Kleij, laureato in ingegneria informatica in Olanda e con un dottorato in computer grafica tridimensionale conseguito nel 1993, in quell’anno a Cagliari conosce Grauso.

L’editore, interessato alle capacità innovative del giovane tecnico olandese, gli propone un contratto di system manager all’*Unione Sarda*, dove si stanno effettuando in redazione dei cambiamenti tecnologici importanti con nuovi computer e sistemi integrati di ultima generazione per la realizzazione informatica dell’intero giornale.

Ecco il ricordo di van Kleij dalla sua viva voce, raccolto da Alice Strano nel 2009.

«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 fidanzato 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*».

Siamo agli inizi di internet?

«No, in Europa l’inizio 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.

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

Come nasce l’idea di utilizzare internet all’interno dell’Unione Sarda? 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 on line. Non fu il primo nel mondo perché il primato storico del WWW spetta al quotidiano californiano *San José 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 on line. Un vantaggio de *L'Unione Sarda* era che tutto era molto 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 raccoglieva 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'era 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 on line. 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 accese 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 due-tre mesi di dibattito (dopo le prime sperimentazioni) durante i quali si cercava di conoscere il potenziale di internet, quanti computer ci fossero in Sardegna, quanti in Italia e quanti modem che permettevano il collegamento alla rete.

«Questo era impossibile saperlo. C'erano pochi modem, si parlava di

qualche decina di migliaia, perché erano ancora cari, le linee erano lente ed il telefono costava».

Comunque Grauso gli chiese di andare avanti nel progetto, 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 po' 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 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?

«Sì, quando il giornale era finito. Tutto entrava in rete verso le sei-sette del mattino, non troppo presto per non fare concorrenza al quotidiano cartaceo».

Chi svolgeva questa operazione?

«Era automatica. L'unica operazione manuale era quella del proto».

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

«Si andava sul sito dell'*Unione Sarda* 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. È vero?

«Sì, perché lui diceva: "io non ho fatto nessuna azione di pubblicità e in tutto il mondo conoscono questo giornale, ma com'è questa storia?" Da lì ha capito la forza che poteva avere internet».

Nel giro di un'estate nasce il giornale on line?

«Verso luglio iniziano le pubblicazioni regolari in rete».

In meno di sei-sette mesi si realizza 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 on line ma un portale generalista che dava dei servizi come la posta elettronica via web, ecc.»

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

«Esatto. 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 on line), Prodigy e altri 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, spettacoli) 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 all'Unione Sarda studiò un modo per inserire la pagina del giornale direttamente on line?

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

Quando nasce il giornale on line 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 on line, 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 è la differenza fra il giornale cartaceo riprodotto in rete e il giornale on line?

«Secondo me on line vuol dire che è in rete, quindi come è stato fatto il giornale è irrilevante. Ci sono giornali in rete che hanno una redazione a parte che lavora specificatamente per il web, anche perché qui la scrittura è diversa da quella del giornale cartaceo, ad esempio normalmente gli articoli sono più brevi. Prima il contenuto degli articoli on line 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 è rimasto lo stesso ma si è evoluta la tecnica?

«Sì, in particolare la multimedialità: video, fotografie, musica, animazioni ...»

In conclusione, è fallito il progetto di Grauso, oppure no? Forse è 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 o Telecom. Giusto per sottolineare un particolare: Video On Line è 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 più Video On Line avrebbe potuto quotarsi in Borsa e diventare una realtà tipo Tiscali, che per dirla tutta è stata la copia esatta di Video On Line. La differenza è che Tiscali riuscì a sfruttare il boom della new economy, del nuovo mercato».

Quindi il progetto non è fallito?

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

Le previsioni di allora si sono avverate?

«Senza dubbio e 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 usando la telefonia pubblica al massimo potevi arrivare a 128 kbps, quindi possiamo dire che era circa 160 volte più lento».

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

«Ora la previsione è stata spostata intorno al 2050. Chissà!»

Cosa ne pensa dell'uscita di smartphone, tablet e di tutte le novità tecnologiche? 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».

L'intervista a Nicola Grauso

Sin qui il racconto del tecnico olandese, circa quindici anni dopo gli eventi. Ora, per completare il quadro, pare opportuno fare un salto indietro e riportare l'intervista a Nicola Grauso uscita su *L'Unione Sarda*, a firma del direttore Antonangelo Liori, il 3 febbraio 1995, quindi a pochi mesi dal lancio dell'iniziativa. Oggi Grauso, con tutto ciò che accaduto dopo riguardo alle sue vicende personali, imprenditoriali e politiche, probabilmente ci racconterebbe la storia "filtrata" dal tempo e dagli eventi. Più utile, al fine storico che si propone questo saggio, ritornare alle origini della vicenda basandosi su ciò che fu pubblicato.

All'epoca le sue parole potevano sembrare quelle di un visionario, di un imprenditore che voleva proporre e vendere sul mercato il suo prodotto, per di più diffuse dal suo giornale con un articolo scritto dal suo direttore. Col senno di poi si riveleranno profetiche. E la realtà è andata ben oltre l'immaginazione, se pur fertilissima, dell'editore sardo. A domanda risponde.

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

«Un giorno chiacchierando con il premio Nobel, Carlo 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 più raffinati e potenti a prezzi sempre più accessibili. Oggi con poco più di un milione si può comprare uno strumento interattivo, decisamente più sofisticato dei migliori computer di cinque anni

fa. Anche le dimensioni sono ridottissime: alcuni portatili sono grandi quanto un libro. Questo, mi son detto è lo strumento di comunicazione di massa del futuro».

In che senso?

«Ritengo che i normali mezzi di comunicazione siano ormai vecchi, superati. Il futuro è proprio nella telematica. Cioè 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 o a un editorialista e ottenere la risposta in tempo reale».

È un'ipotesi affascinante ma anche estremamente sconvolgente

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

In che modo?

«Un esempio: se un giornalista scrive un articolo che non va bene o è 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 più 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 è 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».

Lo sviluppo del progetto

Queste le parole di Grauso che aveva fondi propri per iniziare, un grande entusiasmo, molte speranze, ma nessuna certezza. Bisognava tracciare una rotta, poi navigare a vista nel “Mare Incognito” e vedere dove il vento lo avrebbe portato.

Nei mesi successivi alla “messa on line” del servizio – riprende il suo racconto Alice Strano – 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. 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 mila 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 con un’altra emblematica metafora: «È come se fossimo partiti per un viaggio nella foresta amazzonica, non sappiamo cosa troveremo, né come potremo procedere. La nostra è un’avventura in un mondo che è ancora tutto da scoprire».

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.

Ritorniamo a quel 3 febbraio 1995 durante la convention organizzata all’hotel Principe di Savoia di Milano. Quel giorno 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, Car-

lo 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 – annunciarono gli esperti del gruppo sardo – partiva da Cagliari e arrivava direttamente a Washington attraverso un canale lungo migliaia di chilometri che, passando sotto il mare, attraversava l’Oceano e metteva in comunicazione i due continenti.

Il “congegno magico” che permetteva di collegare fra loro i vari computer veniva descritto come una «scatola di piccole dimensioni» 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 via alla magica rete

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 chiari che non sapeva dove sarebbero arrivati, ma che gli si erano aperti nuovi orizzonti dagli sviluppi impensabili. «Entro il 2000 – disse ancora – il computer farà parte della normale dotazione elettronica di ogni casa, sarà possibile 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 fermamente nelle nuove tecnologie e nel suo Video On Line. Gli utenti del servizio possono già leggere l’edizione elettronica del giornale tre o quattro ore prima che 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.

L'accordo con gli americani

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 possedeva un grosso canale sottomarino che collegava Europa e America e dove transitavano 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 le 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».

Continuava chiarendo i termini dell'operazione: «Questa autostrada per Washington è 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 enorme». Mentre Grauso sottolineava che non era preveggenza, ma «soltanto pianificazione di un programma ben più vasto».

Il sondaggista Gianni Pilo 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 è l'enorme potenziale di un'iniziativa telematica come Video On Line che si rivolge alle famiglie, alle aziende, a un pubblico senza frontiere».

In questo momento – scrivevo sull'*Unione Sarda* il 3 febbraio 1995 – 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 è doppia rispetto al totale di tutte le reti europee collegate ad internet».

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 po' più lunghi, si prospettava fosse applicabile all'Europa, all'Africa e al resto del mondo.

Lo sviluppo di VOL

Il 24 febbraio 1995, seguendo la scia del quotidiano sardo, decise di entrare in internet anche il quotidiano *Il Manifesto*, facendo così il suo ingresso nel cyberspazio, affiancandosi a *Il Giorno* e *L'Unità*, accessibili grazie a Video On Line.

Nella sede cagliaritana intanto si stava estendendo l'apparato tecnico per il rafforzamento della rete telematica. Il cosiddetto "cervellone" del sistema era situato in un apposito edificio, ubicato in un'ala della palazzina 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 rock morto suicida) dodici grandi reti televisive diffusero in tutto il mondo uno spettacolo dei Nirvana 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 sullo 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».

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, stava studiando un progetto telematico da applicare nel suo paese ed era interessato agli esperimenti di Video On Line. «Con la telematica il mio paese potrà cancellare il ritardo tecnologico che ha rispetto all'Europa», disse il principe Tshombe.

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. Il noto attore 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".

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, compravendita). Voleva rappresentare una "porta d'oro" attraverso la quale transitassero cultura ed informazioni.

Riconoscimento mondiale

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 on line 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 è servito ad esplorare quali opportunità potranno crearsi per la carta stampata a seguito della crescita impetuosa dell'editoria elettronica e della multimedialità», commentò Grauso, cercando 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, da un articolo dell'indimenticato Alberto Rodriguez, il giornalista e direttore editoriale che più gli fu vicino e che, grazie alle sue grandi competenze e conoscenze professionali, gli aprì i contatti con il mondo dei media: «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 Sarda su internet hanno cominciato ad arrivare centinaia di messaggi elettronici da tutto il mondo. Quel giorno stesso abbiamo capito che i confini geografici, tradizionalmente intesi, non esistevano più. Con la telematica viviamo in un mondo senza confini che esprime una grande richiesta di informazione. Si tratta di soddisfare questo bisogno».

Le preoccupazioni – Grauso, come si vede, fu buon profeta – 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 più 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 più semplici, piccoli e facili da trasportare.

Nell'articolo di Rodriguez, l'editore sardo anticipa i suoi programmi più ampi: «Video On Line è nato per offrire risposte alle nuove esigenze di un mercato che mostra già molti segni di interesse verso i giornali on line. La strategia aziendale è 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, rivolgendoci alla cultura occidentale ed a quella orientale, al mondo arabo ma anche al grande universo dell'Estremo Oriente».

La 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 on line poteva anche controllare immediatamente la qualità del prodotto, accertandosi che le promesse fatte corrispondessero a verità.

Nell'incontro di Parigi si era visto 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 on line, 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*.

Il tour mondiale

All'inizio del 1995 Grauso e il suo management pensarono di promuovere VOL in tutto il mondo con una capillare, quanto costosa, operazione di marketing. L'obiettivo era di individuare nei singoli Paesi dei possibili partner presentando agli addetti ai lavori e ai politici il servizio VOL in modo da creare una rete capace di gestire e "vendere" il marchio su scala planetaria. Un progetto davvero ambizioso, quanto entusiasmante. La sede storica de L'Unione Sarda, in viale Regina Elena – una palazzina di pietra bianca elegantemente ristrutturata con panoramiche vetrate ed ampi spazi – cominciò ad essere frequentata da decine di tecnici ed esperti di ogni nazionalità, in maggioranza giovani: arrivarono americani, indiani, cinesi, africani e tanti italiani attirati dalla novità del progetto e dall'entusiasmo di Grauso che, in quel tempo, non risparmiava contratti prospettando allettanti aspettative di lavoro.

La prima tappa del tour "Over the World" si tenne alla grande fiera internazionale dell'informatica di Cannes. Qui lo stand di Video On Line fu in assoluto il più apprezzato ed ebbe il maggior successo.

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

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 Shanghai, 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 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 logistico, la parte tecnica fu gestita dai tecnici di Video On Line e la supervisione affidata al management ed ai consulenti del "Grauso publishing Group".

Gli obiettivi

Il risultato più 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 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 più rapido ed efficace per la promozione di prodotti e di informazioni culturali molto più 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».

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, 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», scriveva Angelo Pani nell'articolo del 27 maggio su *L'Unione Sarda* raccontando ai lettori sardi gli sviluppi del progetto.

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" di Microsoft.

«Oggi, chiunque può creare un'azienda che consenta di navigare in Internet», sottolineava Pani: «Ne sanno qualcosa quanti, collegato il loro pc alla rete telefonica, hanno ricavato non poche delusioni. Non è 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».

Uno dei settori fra i più 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 «è come se fossimo il Pubblico Registro Automobilistico e potessimo assegnare le targhe», sintetizzava Pani con un esempio comprensibile ai più, essendo questo un argomento del tutto nuovo e all'epoca di difficile comprensione.

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.

Nuove prospettive globali

Il 12 luglio 1995 Video On Line – racconta Alice Strano nella sua puntuale ricostruzione – presentò i servizi disponibili per introdurre la Sardegna ed "i suoi prodotti" nella rete telematica di internet agli amministratori isolani (regionali, provinciali e comunali). Le potenzialità del servizio, che nel giro di pochi mesi aveva proiettato la Sardegna verso la terza ondata (teleinformatica, servizi telematici, programmazione informatica) dell'economia mondiale, furono illustrate a Cagliari durante un affollato convegno.

Ecco cosa riportò il giornale sardo nell'annunciare l'evento: «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».

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.

Il centro multilinguistico a Tirana

È il 12 agosto quando al "China Institute" vengono spiegate le potenzialità e le funzionalità di internet grazie all'ingegner Kai Li, responsabile dello sviluppo di Video On Line nell'Asia orientale per la società di servizi del gruppo Grauso. La strategia prevedeva la costituzione in ogni paese di un servizio on line che rispettasse lingua, cultura e tradizioni locali. Nella politica di internazionalizzazione, anche per la natura globale e decentrata della rete, veniva adottato un approccio multilocale e multilingue: i servizi erano in più lingue ed in diversi paesi del mondo, dalle lingue occidentali a quelle orientali, come l'arabo e 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 venne aperto a Tirana, la capitale dell'Albania postcomunista che se da una parte assisteva inerte agli esodi in massa dei clandestini verso l'Italia e l'Europa, dall'altra stava aprendo le porte agli investitori occidentali per offrire nuove opportunità economiche e occupazionali.

Il Centro di Tirana, dunque, 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 mila computer (ossia un 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.

Gratis per tutti

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 in edicola col giornale mediamente a centomila famiglie affinché, avendo un computer ed un modem, potessero «collegarsi al resto dell'universo abbattendo un isolamento millenario», annunciava il quotidiano nelle cronache del 18 settembre.

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.

Il bilancio dopo un anno

In quei giorni di settembre del 1995 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. Raccontò l'avventura di Video On

Line, un network che in meno di otto mesi era 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 più 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, – disse – sappiamo solamente che tutti i vecchi rapporti di forza verranno messi in discussione e che si potrà finalmente avere un sistema più aperto e democratico».

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. 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.

Una finestra sull'Africa

Nella sede cagliaritano, intanto, si susseguivano le visite di delegazioni estere: a fine settembre arrivarono gruppi da Senegal, Kenia, Uganda, Ciad e Zaire. Guidati dal direttore editoriale dell'*Unione Sarda*, Alberto Rodriguez, e dal principe Luc Tshombe (nominato responsabile della politica africana per Video On Line) i diplomatici poterono osservare il funzionamento del più 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 è di tipo strettamente commerciale: bisogna capire che l'Africa ha bi-

sogno di sviluppo, quindi è necessario un approccio sociale, per trasmettere conoscenza e cultura ad un continente che deve ancora crescere».

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 sempre e metterlo in contatto col resto del mondo.

Nuovi interessi

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. 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» (*L'Unione Sarda* del 28 settembre). 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 avrebbero potuto 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: cose oggi normalissime e che hanno avuto sviluppi esponenziali sino ad arrivare all'attuale dibattito sulle intercettazioni.

Il problema più delicato – evidenzia Strano nella sua analisi – 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'Ipsosa, 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 fiscale: testi, analisi e commenti di progetti, leggi, circolari ministeriali e sentenze fra le più importanti nel settore tributa-

rio, 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.

Collaborazione con Media Lab di Boston

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 dal "guru" dell'informatica 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 più 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.

Durante una convention a Boston (raccontata nell'*Unione Sarda* del 15 ottobre) davanti a duemila invitati, Negroponte aveva "tessuto le lodi" di Video On Line definendolo «uno dei tre progetti al mondo che mostrano di aver capito meglio quali siano le reali potenzialità di Internet». E poco 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.

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.

Solo un paio d'anni dopo, quando l'esperienza di VOL si era già conclusa e il mondo ormai già navigava diffusamente nel web, l'editore sardo cominciò a parlare del libro elettronico, un prodotto iniziale da cui sarebbero nati gli ebook con tutti gli strumenti oggi sul mercato (cellulari di ogni genere, smartphone, ebook, tablet). Argomenti che lasciavano stupiti e scettici i suoi interlocutori e incuriosivano i giornalisti.

Torniamo al 1995, quando la convention di Boston segnò la consacrazione dell'editore sardo. Il 15 ottobre così scrisse *L'Unione Sarda*: «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», commentò Grauso. Passò quindi ad elencare gli ostacoli che aveva dovuto superare, con i suoi caratteristici toni battaglieri e polemici. «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». 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»

Per quale motivo Media Lab decise di collaborare con Video On Line, Grauso rispose così: «Nicholas Negroponte ha visitato la sede di Video On 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 pc, collegandosi attraverso il modem a Video On Line, può agevolmente accedere a Media Lab e quindi 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».

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».

Il sogno si avvera

Dopo una settimana dallo "scambio di intelligenze" e professionalità fra Grauso e Negroponte ci fu a Cagliari un nuovo incontro, riportato dal quotidiano cittadino il 19 ottobre. Il meeting rappresentò un passo avanti nella collaborazione finalizzata a basi per un progetto di eccezionale innovazione tecnologica, in gran parte ancora 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. Oggi quelle previsioni e quelle speranze sono diventate una realtà quotidiana, ad uso di tutti, con sviluppi e conseguenze vertiginose.

Grauso e Negroponte conclusero quindi un accordo per le ricerche sull' "agente intelligente" (una nuova categoria di software) ed altri progetti sul "testo dinamico".

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 on line testi, immagini e suoni, aggiornandoli a proprio piacimento e rendendoli consultabili in tutto il mondo.

Nel suo lavoro Alice Strano ripercorre rapidamente i passaggi di quel progetto, cose che oggi ci appaiono normali ma che, quasi vent'anni fa, erano fantascientifiche. 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 on line. 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, etc. 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.

A Cagliari la convention internazionale

Agli inizi di novembre 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 im-

prenditori privati erano proseguiti durante l'estate. La concezione multi-culturale di internet propugnata da Video On Line era stata alla base di una vera e propria "politica estera". 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».

La profezia di Negroponte

All'incontro intervenne 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 è 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 più interessante è che non si tratta più di un fenomeno americano: più del 50 per cento di Internet è ormai al di fuori degli Stati Uniti. Internet è 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 più di chiunque altro per rendere Internet multilingue. È 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 è un fenomeno assolutamente inarrestabile, controllabile solo dagli utenti. È 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 è rappresentato dalla riservatezza e dalla codifica dei dati. La riservatezza dei dati è un fattore importante nel commercio elettronico. Noi sappiamo che oggi la sicurezza dei dati su internet non è

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», così parlò Negroponte nel resoconto apparso su *L'Unione Sarda* del 7 novembre.

Che direbbe oggi il "guru" del Mit dopo lo scandalo sulle intercettazioni della Nsa (l'agenzia di spionaggio del governo americano) ai danni degli alleati europei e il caso Snowden (l'ex agente "pentito" che ha diffuso milioni di intercettazioni fatte dalla Nsa)?

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 più avanzati centri di ricerca al mondo: il Mit di Boston ed il CRS4 diretto dal premio Nobel Carlo Rubbia.

Va ricordato che, in quel momento, gli utenti che utilizzavano la rete erano circa trenta milioni, ma la progressione di nuovi ingressi procedeva ad una velocità tale da rendere approssimate per difetto anche le più 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.

Renato Soru e Tiscali

Alla convention internazionale di novembre partecipò anche Renato Soru, un imprenditore sardo di 38 anni, laureato alla Bocconi di Milano, che sarebbe diventato il fondatore del gruppo Tiscali e una volta entrato in politica per cinque anni governatore della Sardegna.

Soru cominciò ad interessarsi del settore delle comunicazioni multimediali in seguito ad un'esperienza 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 della comunicazione, ho deciso di affidare il settore immobilia-

re ad altri soci: per questo mi sto lanciando nel settore multimediale. La mia nuova attività sarà operativa a Praga a metà di questo mese», disse nell'intervista ad Angelo Pani pubblicata il 7 novembre dopo la convention cagliaritano.

Nell'intervista 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».

Il Paese si presentava qui come «un mercato nuovo, per certi aspetti un po' difficile, per altri 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». Gli accessi ad internet dalla Repubblica Ceca erano 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».

Questi furono i primi passi di Soru nel mondo dei media che lo portarono a fondare "Tiscali". La nuova società di telefonia, cavalcando un inaspettato ed eccezionale successo in Borsa nel momento favorevole per le quotazioni delle società di telecomunicazioni nella new economy, diventò un nuovo fenomeno nazionale e continentale. Ma Tiscali è un'altra storia, un altro caso straordinario di una piccola società ideata e cresciuta in Sardegna che in breve ha saputo affermarsi a livello internazionale. Una storia che è ancora cronaca dei nostri giorni, con il gruppo legato a Soru che dà lavoro a centinaia di persone e che continua, tra alti e bassi, ad essere fortemente presente sul mercato.

Internet a scuola

Torniamo a VOL. A metà novembre del 1995 – riprende il racconto della Strano – 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, 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 è creato tra la scuola italiana e quella degli altri Paesi». 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 è una vera bomba a tempo per il Paese e per le nuove generazioni», scrive *L'Unione Sarda* del 12 novembre.

Nacque quindi l'idea dell'abbonamento omaggio che consentiva agli istituti scolastici più 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.

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.

Accordi con Fulcrum e Telecom: l'epilogo

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) 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.

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 poter navigare in rete. Si decise quindi di aprire uno spazio, denominato "VOLpoint", nella centralissima piazza Costituzione a Cagliari, una postazione Video On Line in cui venivano messi a disposizione del pubblico diversi computer collegati ad internet. In pratica ciò che sarebbero diventati nel mondo e in modo capillare i futuri Internet-Point.

Chiunque avesse avuto il bisogno di navigare o avesse voluto scoprire la nuova realtà di internet poteva, dunque, semplicemente recarsi presso il VOLpoint di Cagliari. 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" – scrisse *L'Unione Sarda*, il 3 dicembre – 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» 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 è 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 società in una nota congiunta» riporta la notizia questa volta *La Stampa*, con un articolo apparso il 6 aprile 1996: «Il gruppo Grauso, dal canto suo, ricorda che dopo aver raggiunto nei servizi on line un livello di presenza, qualità ed immagine di tutto rilievo, recentemente ha deciso di

rifocalizzare la propria attività sulla componente editoriale più legata alla tradizione ed al core business del gruppo: quotidiani, televisione, radio e l'attività cartaria acquisita da poco».

In realtà i fondi disponibili del gruppo Grauso erano finiti, il mondo del web si stava sviluppando con una velocità impressionante, per portare avanti tutti i progetti lanciati sul mercato, sarebbero stati necessari finanziamenti enormi che un editore locale, seppure facoltoso e geniale come l'ormai popolare Nichi, non aveva. Così fu costretto, suo malgrado, a passare la mano a Telecom che avrebbe incorporato e trasformato VOL. Per Grauso iniziavano nuove avventure (legate pure a gravi disavventure) editoriali e persino politiche che lo avrebbero portato su altre strade, sino a dover vendere nel 1999 il suo gruppo storico L'Unione Sarda-Videolina che aveva trascinato ad un passo dal disastro economico.

Decisivo fu l'intervento finanziario e lungimirante del neo editore sardo Sergio Zuncheddu che permise alla storica testata e alla prima emittente regionale di salvarsi e di passare ad una nuova fase di rilancio. Così come, faticosamente e puntualmente, è avvenuto. Ed oggi il gruppo L'Unione Sarda-Videolina continua a mantenere la sua leadership nell'Isola, a sviluppare tecnologie e ad allargarsi sul web, per stare in linea con i tempi e con gli eventi del panorama editoriale nazionale.

L'esperienza di VOL si bruciò in meno di tre anni, un breve periodo che vide la Sardegna per la prima volta nella sua storia balzare al centro di avvenimenti globali. Un'esperienza che doveva, comunque, essere ricordata e raccontata: perché qualcuno, fra mezzo secolo, passando in viale Regina Elena dove oggi, seppure chiusa, si trova la storica sede del giornale ricostruita sulle macerie dei bombardamenti del 1943 sulla città, possa sapere che in quella palazzina si vissero tre anni indimenticabili di grandi entusiasmi e sogni visionari. Io c'ero e, sebbene non ero altro che un testimone silenzioso, quei ricordi mi rendono orgoglioso. Da giornalista dell'*Unione Sarda* e soprattutto da sardo.

Bibliografia I

Storia dei giornali e dei giornalisti in Sardegna

(a cura di Carlo Figari e Rosario Cecaro)

— Per una breve storia del giornalismo sardo si può consultare:

Fois Giuseppina, *Giornali e giornalisti*, in *La Sardegna, Enciclopedia* a cura di Manlio Brigaglia, Cagliari, Edizioni Della Torre, 1994, vol. 1

Casula Francesco Cesare, *Dizionario Storico Sardo*, Sassari, Carlo Delfino Editore, 2001

Figari Carlo, *La stampa sarda dalle origini al futuro*, in *Orientamenti Sociali Sardi*, anno XVIII, numero Speciale, ottobre 2013,

Giuseppe Zichi, *La stampa cattolica in Sardegna*, in *Orientamenti Sociali Sardi*, anno XVIII, numero Speciale, ottobre 2013

— Per ulteriori dettagli e memorie:

Satta Branca Arnaldo, *Giornale dell'antica Sardegna*, Cagliari, Fossataro, 1968

— Sulla stampa periodica, dai primi giornali del XVIII secolo alla fine dell'Ottocento:

Cecaro Rita, Fenu Giovanni, Francioni Federico, *I giornali sardi dell'Ottocento*, Cagliari, Regione Autonoma della Sardegna 1991, che comprende un ricco e completo catalogo di tutti i periodici conservati nella Biblioteca universitaria di Sassari

— Sulla stampa periodica tra Ottocento e Novecento:

Fois Giuseppina, Pilia Elisabetta, *I Giornali sardi 1900-1940*, Cagliari, Edizioni Della Torre, 1976, catalogo della stampa periodica sarda

Pisano Laura, *Stampa e società in Sardegna dall'Unità all'età giolittiana*, Torino, Guanda, 1977

Brigaglia Manlio, *La classe dirigente a Sassari da Giolitti a Mussolini*, Cagliari, Edizioni Della Torre, 1979

Brigaglia Manlio, *I giornali in Sardegna tra la fine dell'Ottocento e la prima guerra mondiale*. In: "Amministrazioni locali e stampa in Emilia Romagna (1889-1943)", Bologna, Centro Emilia Romagna per la storia del giornalismo, 1984

Pisano Laura, *Stampa e società in Sardegna dalla Grande Guerra alla costituzione della Regione Autonoma*, Milano, FrancoAngeli, 1986

— Sulla pubblicità:

Cao Giancarlo, *Tappi, Capperi & Abiti Fatti*, Cagliari, Verbavolant Video 2012

— Sulla nascita, la storia e le vicende dei quotidiani sardi:

Argiolas Mario, Lusci Paolo, Storari Pietro, *DisUnione Sarda*, Cagliari, 1997, Cuccu

Cecaro Rosario, *I giornali dei sardi, guida breve alla lettura del quotidiano*, Sassari, Edes, 1998

Cecaro Rosario, *I guardiani della notizia*, Sassari, Edes, 2005

Cecaro Rosario, *Industrie culturali, dai giornali di Rovelli alle tecnologie digitali*, Sassari, Edes, 2009

Della Maria Giuseppe, *Storia e scritti dell'Unione Sarda (1889-1958)*, Cagliari, S.E.I. 1968; vol. I e II

Filippini Gianni, *L'Unione Sarda, 120 anni di storia*, La biblioteca dell'identità, edito da L'Unione Sarda in occasione dell'anniversario, Cagliari, 2009

Loi Maria Grazia, Romagnino Ludovica, Sanna Roberta, "L'Unione Sarda, immagini e storie di 120 anni" (con una prima pagina di ciascun anno), Cagliari, 2009

Solinas Massimo, *La testata in sonno* (Una parentesi nella storia de L'Unione Sarda che non venne pubblicato gennaio-aprile 1924 per ordine del Prefetto), in *Almanacco di Cagliari*, a cura di Vittorio Scano, 2009

Brigaglia Mario, *Il giornale del Capo di Sopra, Storia della Nuova Sardegna*, in *Almanacco di Cagliari*, 1995

Fois Giuseppina, *La Nuova Sardegna*, in "Archivio sardo del movimento operaio, contadino e autonomistico", n.4/5, 1975

Pisano Laura, *Il Solco, voce laica soffocata dal regime fascista*, in *L'Unione Sarda*, 17 aprile 1991

— Sulla presenza della Sir e di Rovelli negli anni Settanta in Sardegna:

Brigaglia Manlio (a cura di), *L'informazione in Sardegna*, Sassari, Dessì 1973

Ruju Sandro, *Gli anni della Sir*, Cagliari, Edes, 1983

Ruju Sandro, *La parabola della petrolchimica. Ascesa e caduta di Nino Rovelli*, Roma, 2003

AA.VV., *Un giornale una storia. L'esperienza di autogestione e Tuttoquotidiano negli atti della conferenza di produzione*, "Almanacco della Sardegna 1977-78", Cagliari, 1978

Corda Andrea, "1974-1978: la sfida di Tuttoquotidiano alla concentrazione editoriale in Sardegna", *RiMe. Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea*, n. 10, giugno 2013, p. 539 <http://rime.to.cnr.it>

Brandis Pasquale, *Per una geografia dell'informazione in Sardegna*, Sassari, Università, 1979

— Sulle "battaglie" intorno alla chimica e per il controllo dei maggiori quotidiani:

Cecaro Rosario, *Industrie culturali, dai giornali di Rovelli alle tecnologie digitali. La Sardegna terreno di sperimentazione*, Sassari, Edes 2009

Scalfari Eugenio, Turani Giuseppe, *Razza Padrona*, Milano, Feltrinelli, 1974

Ruju Sandro, *Storia della Sir*, in *La Sardegna, Enciclopedia* a cura di Brigaglia Manlio, Cagliari, Edizioni Della Torre, 1994, vol. 2.

— Sulla storia dei giornali sardi e sullo sviluppo dell'industria tipografica:

Scano Vittorio, *Dal torchio alla fotocomposizione*, in "Almanacco di Cagliari", 1982

Olivari Tiziana, *Gutenberg nel capo di sopra*, in "Almanacco di Cagliari", 1988

Olivari Tiziana, *Senza infamia e senza lode*, in "Almanacco di Cagliari", 1989

Olivari Tiziana, *Un periodo di crescita*, in “Almanacco di Cagliari”, 1990

Olivari Tiziana, *Solisti e comprimari*, in “Almanacco di Cagliari”, 1993

Olivari Tiziana, *Iniziative editoriali in Sardegna tra “sardismo” e “sardo-fascismo”*, in “Stampa e piccola editoria tra le due guerre”, a cura di Ada Gigli Marchetti e Luisa Finocchi, Milano, FrancoAngeli, 1997

Cuccureddu Roberto, *“Repetita iuvant”*, storia dei quattro giornali che hanno portato la testata Il Giornale di Sardegna (1795-2004), in “Almanacco di Cagliari”, 2006

Solinas Massimo, *“Nel 1924 L’Unione Sarda interruppe per alcuni mesi le pubblicazioni”*, in “Almanacco di Cagliari”, 2009

Manunza Mauro, *“Vittorino Fiori e Fabio Maria Crivelli, due maestri di giornalismo”*, in “Almanacco di Cagliari”, 2010

Filippini Gianni, *“Leggere col dito sul grilletto”*, storia dei gadget per promuovere la diffusione de L’Unione Sarda, in “Almanacco di Cagliari”, 2011

Fadda Franco, *“La nuova sede del Gruppo L’Unione Sarda”*, in Almanacco di Cagliari, 2012

— Per una storia panoramica sul giornalismo radiotelevisivo sardo:

Olla Roberto, *La radio e la televisione*, in *La Sardegna, Enciclopedia* a cura di Manlio Brigaglia, Cagliari, Edizioni Della Torre 1994, vol.1.

— Sui giornali sardi in Internet:

Alessandro Fanari, *Lanuovasardegna.it: analisi e statistiche del nuovo sito internet*, Facoltà di Scienze Politiche di Sassari, corso di Scienza della comunicazione, 2010-2011

— Sulle scuole di giornalismo:

Andrea Corda, *La formazione al giornalismo. Dal praticantato alle scuole*, Cuec, Cagliari, 2011

Bibliografia II

Il fenomeno Video On Line

(a cura di Alice Strano)

— 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

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

Murialdi P., *Storia del giornalismo italiano. Dalle gazzette 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*, Castelvecchi 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

Boldrini M., *Il quotidiano. Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico*, Mondadori Università, Bologna, 2006.

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

Gozzini G., *Storia del giornalismo*, Bruno Mondadori, Milano, 2000

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

Lughi G., *Parole on line. Dall'ipertesto all'editoria multimediale*, Guerini e Associati, Milano, 2001

Murialdi P., *Storia del giornalismo italiano. Dalle gazzette 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*, Castelvechi Editoria & Com, Roma, 2001

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

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

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

— Saggi

Corda Andrea, *1994-1996: un biennio cruciale nella storia di Internet e del giornalismo on-line*. Storia e Futuro (www.storiaefuturo.eu), numero 31, marzo 2013, <http://storiaefuturo.eu/1994-1996-un-biennio-cruciale-nella-storia-di-internet-e-del-giornalismo-on-line/>

Bianchi Gianluigi, *Il mondo a portata di mano*, in "L'Almanacco di Cagliari" 2014

Strano Alice, *La sfida di Video On Line, con internet oltre ai confini dell'Isola*, tesi di laurea per il corso di Lettere (anno 2009-2010), Università di Cagliari

— Articoli apparsi su L'Unione Sarda

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, 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 è 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*, 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*, in L'Unione Sarda, 16 settembre 1995
- 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 più*, 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., *È 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 è 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
- Articoli apparsi su La Stampa
- Con Video On Line Più Internet nel futuro di Telecom*, in La Stampa, 6 febbraio 1996

Presentato a Milano il Video On Line Internet, frontiera della nuova realtà. In tempo reale le novità di Borsa tutte le notizie, in La Stampa, 3 febbraio 1995

Video On Line: Grauso presenta il progetto, in La Stampa, 2 febbraio 1995

Ringraziamenti

Un caloroso ringraziamento e un doveroso riconoscimento a coloro che, con i loro studi, hanno contribuito a scrivere la storia e i fatti dell'editoria in Sardegna. Autorevoli storici e alcuni giovani autori a cui ho attinto per questo saggio, essendo i loro lavori fondamentali e originali per un qualsiasi nuovo approccio all'argomento. Inoltre ringrazio i colleghi che hanno vissuto dall'interno le esperienze nei vari giornali usciti nell'ultimo ventennio e che mi hanno dato un prezioso contributo con la personale testimonianza.

Un particolare ringraziamento a:

Filippo Peretti, presidente dell'Ordine dei giornalisti dal 2006. Per oltre trent'anni cronista, caposervizio, notista politico e autorevole commentatore de La Nuova Sardegna.

Francesco Birocchi, nel 2010 confermato per la quarta volta presidente dell'Associazione della Stampa sarda. Ha iniziato a *Tuttoquotidiano*, poi direttore del Tgs di Videolina, prima di passare alla Rai, come caposervizio e inviato speciale, collaborando a numerosi programmi nazionali condotti da Enzo Biagi e Sergio Zavoli.

Gianni Filippini, direttore de L'Unione Sarda dal 1977 al 1986, poi dal 2003 direttore editoriale del giornale e curatore della Biblioteca dell'Identità. Al giornale cagliaritano è entrato giovanissimo nel 1955 dove ha percorso tutti i gradini della carriera. A lungo si è occupato della pagina della Cultura e ha trasferito la sua esperienza anche a Videolina dove, dal 1988 e per sedici anni, ha condotto la fortunata trasmissione televisiva "Sardegna d'autore" dedicata ai libri per oltre 800 puntate. È stato assessore alla Cultura al Comune di Cagliari con le due giunte Delogu (1994-2001). A Filippini va il mio affetto più caloroso perché per me è stato maestro e guida di vita e di giornalismo.

Rosario Cecaro, giornalista e docente universitario, ha lavorato per 28 anni alla Rai, nelle redazioni di Sassari e Cagliari, al TG Sport e al

GR2. In precedenza aveva lavorato a *Tuttoquotidiano*. Ricercatore presso l'Università di Sassari e direttore di testate giornalistiche della Scuola di Giornalismo dell'ateneo. È autore di articoli, saggi e monografie su temi della comunicazione e dell'informazione. Tra i suoi libri "I Giornali dei sardi" e i "Guardiani della notizia", editi dalla Edes di Sassari.

Manlio Brigaglia, intellettuale di spicco, giornalista, storico e saggista, un vero punto di riferimento nel mondo della cultura e del giornalismo nell'Isola. Dal 1971 docente dell'Università di Sassari nei corsi di Storia dei partiti e movimenti politici, Storia della Sardegna contemporanea e Storia contemporanea. Si è interessato in particolare di storia della Sardegna, di fascismo e antifascismo, di storia dell'informazione. Ha ricevuto nel 1997 il "Premio della cultura" della Presidenza del Consiglio dei ministri. Ha collaborato con L'Unione Sarda e poi con La Nuova Sardegna, di cui è tuttora opinionista. Autore prolifico di saggi e articoli su riviste sarde e nazionali, coordinatore di enciclopedie e collane editoriali.

Laura Pisano, professore ordinario di Storia del Giornalismo nell'università di Cagliari, ha dedicato i principali studi alla storia del giornalismo italiano e francese e alle donne nel giornalismo. Tra i più recenti saggi "La società della comunicazione. Indagini sul giornalismo tra '800 e '900" (Cuec, 2007) e "Scrittori e giornalisti" (Cuec, 2012).

Giuseppina Fois, dal 2001 professore associato di Storia contemporanea presso la Facoltà di Lettere dell'Università di Sassari. Si è occupata di storia della stampa e del giornalismo, quindi di storia della Sardegna contemporanea, con particolare attenzione alla partecipazione dei sardi alla Grande Guerra e specialmente all'esperienza della "Brigata "Sassari". Ha partecipato al lavoro per il riordinamento e la valorizzazione dell'archivio storico dell'ateneo sassarese.

Vittorio Scano, editore e direttore dell'*Almanacco di Cagliari*, rivista annuale che esce da oltre quarant'anni con raccolte di saggi e articoli di ogni genere sulla Sardegna e i sardi (politica, attualità, economia, storia, personaggi, società, medicina, etc.). Egli stesso (spesso con pseudonimi) autore di numerosi articoli, di carattere storico, su Cagliari e su biografie di personaggi noti e soprattutto poco noti e da lui riscoperti.

Alice Strano, nel 2010 laurea triennale in Lettere presso l'Università di Cagliari con una tesi su Video On Line, nel 2013 ottiene la magistrale in Storia e società. Ha conseguito un master in giornalismo online nel 2011 e un master IED in Digital Media Communication nel 2013. Ha svolto diversi tirocini all'estero: nel quotidiano nazionale messicano *Reforma*, nell'Istituto italiano di cultura a Santiago del Cile e nella Biblioteca regionale di Murcia. Lavora come freelance e addetto stampa e comunicazione.

Andrea Corda, laureato in Scienze della Comunicazione all'Università degli Studi di Roma La Sapienza, dal 2006 collabora con la Cattedra di Storia del giornalismo dell'Università di Cagliari. Giornalista pubblicitario, lavora a un progetto di ricerca storica sull'informazione in Sardegna dagli anni '50 a oggi. Ha scritto un saggio sulle scuole di giornalismo in Italia.