

# IL LIBRO DIGITALE

## *La parola agli editori*

A cura di Maria Villano  
Con un'introduzione di Daniele Donati,  
Paola Italia e Francesca Tomasi

Bologna 2019

Il presente volume raccoglie gli interventi tenuti il 18 marzo, il 25 marzo e il 1° aprile 2019 a Bologna presso Cubo Unipol nel corso del ciclo di incontri *Il libro digitale*, coordinati da Paola Italia e realizzati grazie alla collaborazione tra l'Istituzione Biblioteche del Comune di Bologna, il corso di laurea magistrale in Digital Humanities dell'Università di Bologna e Unipol.

Il lavoro redazionale si deve agli studenti del Laboratorio di editoria digitale, Alma Mater Studiorum - Università di Bologna: Maria Elisabetta Agostini, Alessandra Auddino, Eleonora Barsotti, Giorgia Bontempi, Eugenia Francesca Cordiano, Daniele Costantini, Walter Di Bella, Carola Di Giovanni, Alessandra Foschi, Arianna Limoncello, Marta Moruzzi, Federica Nannetti, Eleonora Norcini, Martina Pelliccioni, Giada Rambaldi, Maria Righetti, Martina Rizzello, Carolina Salluzzi, Massimo Salvati, Marco Stoppa.

Si ringraziano le Biblioteche del Comune di Bologna, e in particolare Michele Righini; CUBO Unipol, e specialmente Elisabetta Calzolari; e gli editori CLUEB, le Edizioni di "Storia e Letteratura", Giunti, Mondadori, il Mulino e Zanichelli.

I video degli incontri sono disponibili:

sulla pagina Istituzione Biblioteche Bologna: <http://www.bibliotechebologna.it/rassegne/53945/id/97530>

su YouTube: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLmnXYvPJLNgjGsKqHnP-5G1qKvh9OU5Wnb>

ISBN 978-88-491-9009-0  
2019 - Clueb editore

# SOMMARIO

Presentazione ..... 5  
*Daniele Donati*

Un laboratorio di editoria digitale..... 7  
*Francesca Tomasi*

La parola agli editori..... 11  
*Paola Italia*

## **IL LIBRO DIGITALE**

Leggere il digitale ..... 21  
*Giuseppe Ferrari*

Gli esperimenti di Zanichelli ..... 33  
*Valentina Gabusi*

L'education non è uno sport da spettatori ..... 45  
*Fabio Ferri*

Sulle orme del Mulino ..... 63  
*Andrea Angiolini*

Il lettore automatico ..... 79  
*Claudio Tubertini*

Il progetto BITeS..... 97  
*Valentina Saraceni*

L'open access nell'editoria scientifica ..... 105  
*Paola Italia*

## **POSTFAZIONE**

Il testo al centro..... 113  
*Maria Villano*



# PRESENTAZIONE

Daniele Donati

Il volume che avete tra le mani o che, coerentemente col titolo, sfogliate dallo schermo di un tablet, raccoglie gli interventi tenuti il 18 marzo, il 25 marzo e il 1° aprile 2019 a Bologna presso Cubo Unipol per un ciclo di incontri che recava il medesimo titolo, coordinati da Paola Italia, e realizzati grazie alla (fino ad allora) inedita collaborazione tra l'Istituzione Biblioteche del Comune di Bologna, il corso di laurea magistrale in Digital Humanities dell'Università di Bologna e Unipol.

Visto il successo dell'iniziativa e l'interesse di quanto si è andato dicendo in quelle giornate, grazie all'impegno e alla curatela di alcuni studenti del corso, si è deciso di riportare qui il contenuto dei tre incontri, in cui alcuni tra i più prestigiosi operatori dell'editoria italiana si sono voluti confrontare con noi e con il pubblico in un discorso corale, ampio come pochi altri fino ad ora.

Certo non sta a me darvi, in queste pagine di apertura, risposte, suggerimenti, o anche solo anticipazioni di quanto potrete leggere nelle pagine che seguono.

Piuttosto, anche per il ruolo che le biblioteche di Bologna stanno svolgendo in questa direzione, a me spetta prima di tutto sottolineare come questa "altra editoria" abbia oramai raggiunto anche in Italia livelli di attenzione e utilizzo molto significativi.

Si pensi che, nella nostra biblioteca digitale che conta 27.500 utenti totali, nel primo semestre del 2019, con 31.500 prestiti o download di ebook, si è andata profilando una crescita del 50% rispetto al 2018, mentre gli accessi alla piattaforma sono aumentati del 40%. E ciò rispetto a un patrimonio del tutto considerevole, che vede disponibili sulla piattaforma riservata ai nostri iscritti 36.500 ebook di cui oltre 1.000 in inglese, 7.150 quotidiani e periodici, 570 audiolibri. A ciò si aggiungono le risorse open access, che contano altri 350.000 ebook e 58.500 periodici.

A fronte di queste cifre appare ben chiaro come si renda sempre più necessario studiare le logiche di produzione e di fruizione del libro digitale, e ancor più analizzare quali effetti avrà sul nostro rapporto con la lettura e sull'accesso all'informazione e alla parola scritta in generale.

Perché, a ben vedere, parlare del libro digitale non significa soltanto discutere della trasposizione di quelle parole in altra forma, su diverso supporto. Significa piuttosto ragionare di un oggetto culturale nuovo, ulteriore rispetto al libro, con potenzialità ancora in gran parte da capire ed esplorare.

Questo volume è un primo significativo passo in quella direzione.

# UN LABORATORIO DI EDITORIA DIGITALE

Francesca Tomasi

Era il 2016 quando prendeva forma l'idea di una laurea magistrale in Digital Humanities. Ed era il 2017 l'anno del lancio di questa poderosa iniziativa. Un certo grado di certezza nell'avviare l'intrapresa c'era. Era la consapevolezza della responsabilità di dover formare figure nuove, capaci di conciliare il sapere umanistico e i processi computazionali. Ed era la certezza dell'obbligo, a cui eravamo chiamati, di riflettere su quell'ossimorico connubio capace di governare le pratiche di produzione, trattamento e divulgazione del sapere. Erano, in una frase, la realtà produttiva, la ricerca accademica, la progettualità europea e il mercato del lavoro a chiederlo.

La laurea magistrale internazionale in Digital Humanities e Digital Knowledge (DHDK) – avviata presso il Dipartimento di Filologia Classica e Italianistica dell'Università di Bologna, in collaborazione con il Dipartimento di Informatica-Scienza e Ingegneria – è stata la risposta.

Ci sono certi ambiti di ricerca che il digital humanist non può esimersi dal conoscere. Sono quegli ambiti che consentono di ragionare sui dati culturali con la consapevolezza critica di dover conoscere e maneggiare l'inte-

ra filiera del *digital cultural heritage*: rappresentazione, gestione, preservazione, disseminazione e accesso.

Il ruolo che assumono gli esperti di gestione della conoscenza digitale è cioè quello di governare l'intero ciclo vitale degli oggetti culturali, fatto di dati, o anche di risorse. E di farlo con la consapevolezza che la componente dell'interpretazione è un passaggio obbligato. Ecco allora che la *computer science* non è un mero esercizio tecnico, ma è una guida alla scelta dei più adeguati modelli di rappresentazione del sapere, modelli capaci di tradurre l'atto interpretativo in un sistema formale, durante tutto il ciclo vitale degli oggetti culturali. E sono la filologia, la linguistica, la museologia, l'archivistica e la biblioteconomia a dare gli strumenti teorici per analizzare i dati con spirito critico. Sono le tecnologie web, il pensiero computazionale, gli strumenti multimediali, l'organizzazione e la rappresentazione della conoscenza gli strumenti che traducono quella teoria in un sistema formale, ovvero computabile.

La formazione dentro a DHDK finalizza queste conoscenze disciplinari al lavoro a progetto. Gli studenti sono sempre invitati a tradurre competenze, abilità e strumenti appresi durante ogni corso in un progetto di gruppo, che permetta loro di trasformare il sapere in ricerca, attraverso un esercizio di interpretazione dei contenuti finalizzato a convertire la teoria in pratica progettuale.

Le attività seminariali e laboratoriali che accompagnano il percorso formativo, assieme al tirocinio, vogliono rafforzare questo spirito critico: conoscere per poi riusare le conoscenze nella ricerca.

E la pratica funziona quando le realtà private e pubbliche del territorio vengano attivamente coinvolte. Il ruolo delle cosiddette parti sociali è fondamentale nel processo formativo, anche per prendere coscienza della giusta direzione.

Il Laboratorio di editoria digitale, ideato da Paola Italia, ha ben tradotto tutte queste istanze: gli studenti hanno appreso nuove conoscenze nel processo di gestione del *lifecycle* delle risorse e hanno saputo, sotto la guida di un'esperta, usare quelle conoscenze per comporre un volume. Il volume che tu, lettore, stai ora sfogliando e che raccoglie un ciclo di lezioni sul tema del "libro digitale". E le parti sociali hanno avuto un ruolo importante. Determinante è stata la cooperazione dell'Istituzione Biblioteche del Comune di Bologna; fondamentale è stato il contributo del Cubo Unipol, che ha anche ospitato gli interventi dei relatori; indispensabili infine i preziosi interventi degli editori Zanichelli, Mondadori, Il Mulino, CLUEB, Edizioni di Storia e Letteratura, che hanno accettato di raccontare la loro esperienza.

Mi si farà notare che nell'offerta formativa di DHDK manca l'editoria. E in particolare manca l'editoria digitale. Non è un caso, ma il risultato della scelta consapevole di riconoscere a questo settore, che sovrintende alle pratiche del libro digitale, la capacità di governare l'intero *lifecycle*. Di immaginare, anche, che le competenze richieste all'editore digitale, siano l'esito di tutte le scelte formative che il corso di laurea DHDK vuole fornire.

Concludo con uno speciale ringraziamento alla collega Paola Italia, che ha saputo raccogliere questa sfida

*Francesca Tomasi*

e che, fin dall'inizio di questo viaggio, mi ha affiancato, sopportato e supportato, con coraggio e dedizione. Questo Laboratorio di editoria digitale, ideato e gestito da lei, traduce lo spirito e l'orientamento delle scelte che hanno guidato la nascita di DHDK. Grazie Paola!

Ed è solo l'avvio di una esperienza meravigliosa.

# LA PAROLA AGLI EDITORI

Paola Italia

Il passaggio dal libro cartaceo a quello digitale, di cui si parla da più di un decennio e che ha già cambiato le nostre abitudini di lettori, coinvolge direttamente tutti gli attori del processo editoriale: l'autore, il testo, l'editore. Molte riflessioni sono state sollecitate da questa rivoluzione culturale – che qualcuno ha avvicinato a ciò che accadde, cinquecento anni fa, nel passaggio dal libro manoscritto a quello a stampa – e hanno riguardato i primi due protagonisti del circuito comunicativo: l'autore e il testo. La dimensione sociale e collaborativa della scrittura e l'instabilità e iconicità del testo hanno già portato a sviluppare nuove forme di testualità che stanno cambiando profondamente le modalità della conoscenza, e che hanno particolari ricadute nell'ambito educativo e della ricerca, nella scuola e nell'università.

Non meno importante, tuttavia, è il terzo attore del processo: l'editore. Un decano dell'editoria come Roberto Calasso, qualche anno fa, ha individuato nell'"impronta dell'editore" quell'elemento particolare che contraddistingue il passaggio di un libro, dall'autore al lettore. Un'impronta che non riguarda solo gli aspetti formali e paratestuali, ma che imprime un segno culturale nel proprio tempo, e che, nell'avventura di Adelphi, da lui rappresentata, riguardava il desiderio di condi-

vedere con altri lettori i testi che venivano riconosciuti come significativi, indispensabili, testi degni di entrare a far parte di un catalogo e di costituire «una vasta parte dell'essenziale».

Ora, quell'intermediazione editoriale che ha rappresentato, sin dall'invenzione della stampa, una fruttuosa collaborazione tra autori ed editori, fino a creare la figura del "revisore editoriale", collaboratore dell'autore e a volte suo succedaneo, fino all'evoluzione moderna nella figura dell'"editor", sembra venir meno, proprio per la progressiva scomparsa di quell'impronta, di quella intermediazione. Eppure, i fenomeni di self publishing che hanno avuto una rapida diffusione negli anni Novanta e nei primi anni Duemila, tranne rari casi, sono rimasti una realtà amatoriale, in cui gli editori hanno potuto esercitare più facilmente attività di scouting come un tempo avveniva con i manoscritti e dattiloscritti spediti alle redazioni editoriali, senza perdere il loro ruolo centrale nell'orientare le politiche culturali. Editori che, dopo un primo momento di euforia per il passaggio al supporto digitale, dal libro cartaceo all'ebook, hanno visto il mercato contrarsi, fino a una stabilizzazione di nicchia, che ha reso gli esperimenti di contaminazione tra i due mondi, analogico e digitale, più sporadici, prudenti, a volte isolati.

In questa posizione, che potremmo definire di "tradicionalismo attendista", assunta da molti anche per difesa in un mercato sempre più contratto dalla generale crisi economica, gli editori scolastici hanno rappresentato una significativa eccezione, spinti in questo dalla norma-

tiva che dal 2012 ha imposto ai libri una versione digitale, e che ha innescato nuove forme di sperimentazione, in collaborazione con gli insegnanti, che sono i primi “iperlettori” – per usare un’espressione di Alberto Cadioli – con cui costruire le architetture editoriali digitali del futuro.

È per questo che, nell’ambito del Laboratorio di editoria digitale del Corso di Laurea di Digital Humanities and Digital Knowledge dell’Università di Bologna, fondato nel 2016 per formare specialisti dell’interazione tra scienze informatiche e umanistiche, tra mondo digitale e tradizione culturale, insieme a Francesca Tomasi abbiamo pensato di chiamare i diretti protagonisti del mondo editoriale e di chiedere loro una testimonianza della loro esperienza, per portare un contributo autorevole e concreto al dibattito sull’editoria digitale, ma anche per mettere gli studenti direttamente a contatto con una realtà che tra non molto potrebbe diventare il luogo di lavoro di molti di loro.

Attraverso le voci di alcuni dei maggiori protagonisti nazionali, di editoria generale e scolastica, come Mondadori e Zanichelli, editori storici della realtà bolognese, come il Mulino e CLUEB, e realtà più tradizionali, ma disponibili a esperimenti innovativi come le Edizioni di Storia e Letteratura, abbiamo voluto provare a unire didattica ed editoria, costruendo, con gli interventi tenuti da Giuseppe Ferrari e Valentina Gabusi (Zanichelli), Fabio Ferri (Mondadori), Andrea Angiolini (il Mulino), Claudio Tubertini (CLUEB) e Valentina Saraceni (Edizioni di Storia e Letteratura) presso il Cubo di Unipol,

nei tre incontri organizzati nella primavera 2019, questo volume, curato direttamente dagli studenti del laboratorio sotto la guida di Maria Villano (che nella postfazione, riflette sulle modalità e le ricadute di questo innovativo esperimento). Gli interventi, riveduti e corretti dagli autori, hanno l'immediatezza delle relazioni orali (e del dibattito che ne è scaturito, con studenti e docenti delle scuole superiori, che hanno partecipato agli incontri), ma anche l'autorevolezza del ruolo che ciascun editore rappresenta nel proprio ambito e la novità delle riflessioni che hanno condiviso con noi.

In particolare, Giuseppe Ferrari ha sviluppato alcune riflessioni sui cambiamenti introdotti nell'apprendimento dalla lettura digitale e l'esperienza di un grande editore i cui esperimenti, nell'ambito dell'editoria scolastica e non solo, sono stati pionieristici (come la Letteratura Italiana Zanichelli, diretta da Pasquale Stoppelli, pubblicata negli anni Novanta), esperimenti di cui Valentina Gabusi ha offerto concreti esempi, che vengono incontro alle nuove forme di lettura, tra *skimming*, *scanning* e studio, e propongono estensioni digitali che si affiancano ai volumi cartacei, ma anche l'interessante esperimento dei «libri liquidi», che «si adattano allo schermo» e letteralmente «esplodono» i propri contenuti, riservando lo spazio laterale (che corrisponde alla sezione delle note di un libro cartaceo), agli audio e ai video, che arricchiscono e completano l'esperienza di lettura. Libri più simili a siti che a volumi, e che hanno disorientato il lettore (non solo italiano, ma anche quello di tutti i paesi europei in cui questo esperimento era stato sviluppato: Scandina-

via, Francia, Germania), costringendo l'editore a tornare alla forma tradizionale del libro "solido", ma creando contenuti digitali interattivi che si accompagnano al libro tradizionale. Segno che in questa epoca ibrida, la resistenza all'abbandono della forma libro è ancora molto forte.

Anche l'intervento di Fabio Ferri, che si occupa di contenuti digitali per Mondadori, ha messo l'accento sulla necessità di riflettere solo dopo avere sperimentato direttamente questa nuova realtà, che – come dice il titolo del suo intervento – non è «uno sport da spettatori». L'esperienza degli ultimi dieci anni mostra una certa resistenza del mercato ai contenuti digitali, e la necessità, per l'editore, di monitorare i lettori attraverso la possibilità offerta dalle piattaforme digitali (amatoriali, come Anobii, o commerciali, come Amazon o IBS) di verificare la soddisfazione o meno del lettore, di pensare al libro, cartaceo o digitale, come un unico «progetto educativo», un progetto che – sulla base dell'idea originale che con il mezzo digitale si possono "sostituire", "aumentare", "modificare" o "ridefinire" i contenuti (il modello SAMR, elaborato dal pedagogista spagnolo Ruben Puentedura) – utilizza il digitale per un modello più inclusivo, ma non penalizzante per chi ha una velocità di apprendimento maggiore.

Andrea Angiolini riflette su testo e contesto, e sulla necessità, per l'editore, di non limitarsi a pubblicare la migliore edizione possibile di un testo, ma prevedere e costruire «un contesto che aggiunga valore alla tradizionale esperienza di lettura o studio» (p. 66), senza dimen-

ticare che molti supporti digitali che utilizziamo per l'esperienza di lettura e di studio sono «non books»: testi, audio, video che non hanno un corrispondente a stampa. E ricorda che la possibilità di «conoscere i propri lettori» apre soluzioni personalizzate anche all'editoria digitale, soluzioni che utilizzano l'open access per quella condivisione della cultura che è il primo valore aggiunto del testo interattivo, ma che si preoccupano anche della conservazione dei formati digitali dei testi, che, a partire dagli anni Novanta, vengono archiviati in più formati (impaginazione, stampa, conservazione). Una soluzione che offre, oltre alla piattaforma di ricerca di catalogo, anche una piattaforma in streaming dei testi “di ricerca” del Mulino, in formato HTML5, direttamente interrogabile online e in grado di esportare una citazione di testo già completa di tutti i metadati. Una terza piattaforma, Pandoracampus, è stata pensata direttamente per collaborare con i primi fruitori del catalogo del Mulino, gli studenti universitari, con sistemi di *tutoring* e *gamification* decisamente innovativi, anche nel settore, sempre più in espansione, dell'editoria per i BES (Bisogni Educativi Speciali).

Con non minore spirito di innovazione, e una realtà editoriale molto attenta al contesto universitario, Claudio Tubertini ci introduce nel mondo della lettura automatica, che è alla base della categorizzazione delle pagine di Google, nei problemi legati alla trasmissione, anche grazie all'intelligenza artificiale, di tutti i meccanismi legati alla lettura naturale, a un ambito digitale e computerizzato. E alla sempre maggiore importanza, per

i lettori automatici, di «dati strutturati», che possano essere riconosciuti e costituire, nel tempo, un «vocabolario comune», interrogabile da umani e macchine. Perché il web, che inizialmente è stato costruito per un «consumo umano», è oggi «sempre più pensato per una distribuzione automatica dei contenuti» (p. 95).

Un'esperienza diversa e sperimentale è presentata da Valentina Saraceni con le Edizioni di Storia e Letteratura, casa editrice di tradizione, con cui un gruppo di docenti di Letteratura italiana di varie sedi universitarie (di cui mi faccio portavoce) ha deciso di collaborare per proporre una collana che unisse cartaceo e digitale: Biblioteca Italiana Testi e Studi (BITeS), che propone testi letterari in edizioni scientificamente curate e annotate, pubblicate in triplo formato: cartaceo, PDF liberamente scaricabile dalla rete, e formato digitale reader, adattabile a diversi device, e interrogabile online. Una modalità che costringe a ripensare i rapporti testo/note e le diverse modalità di fruizione del libro di lettura e di quello di studio: due attività distinte da tempi, metodi e obiettivi, per cui è utile offrire supporti diversi: quello cartaceo a pagamento, quelli digitali PDF e reader in open access, per «mettere a disposizione della comunità di studenti, studiosi e lettori interessati, in accesso aperto, testi della nostra letteratura in edizioni critiche certificate, perché condotte con criteri scientifici» (p. 101).

Dalla varietà dei problemi presentati, e dalla competenza degli editori che hanno preso la parola per illustrarli, è facile vedere l'utilità di questo volume, che – coerentemente con il titolo – si presenta in doppia versione:

digitale, liberamente accessibile nel *repository* della Biblioteca Digitale dell'Università di Bologna: AlmaDL (<https://sba.unibo.it/it/almadl>), e cartacea, grazie alla collaborazione con CLUEB. Una sinergia tra pubblico e privato che ha visto coinvolta anche Unipol, come partner dell'organizzazione di questi incontri: a dimostrazione che una realtà in rapido cambiamento può essere affrontata solo in collaborazione e nella sperimentazione di nuove forme di didattica, editoria, comunicazione; con lo spirito fattivo ed euristico della rana dell'apologo raccontato da Andrea Angiolini: la rana che, caduta con una compagna in un tino di latte, non si lascia annegare, presa dallo sconforto di una situazione inedita, inaffrontabile con la forza dell'abitudine, ma reagisce, si agita senza sosta, con la curiosità che anima gli innovatori e i ricercatori, analogici o digitali, fino a trasformare il latte in burro e saltare così fuori dal tino.

# IL LIBRO DIGITALE



# LEGGERE IL DIGITALE

Giuseppe Ferrari

Dal 2011 abbiamo istituito nella casa editrice Zanichelli una piccola divisione per il digitale, formata oggi da quattro persone. In questi anni abbiamo imparato un nuovo mestiere e abbiamo fatto un po' di esperimenti che vogliamo raccontare, anche se non possiamo ancora dire di avere le idee chiare. Sappiamo che ci sono cose che non funzionano e che ci sono risultati negativi, abbiamo però la convinzione che sia sbagliato pensare al libro e al digitale come due cose diverse: il messaggio che vogliamo trasmettere è che sono due prodotti complementari. Siccome siamo in una fase di transizione, però, nessuno sa come andrà a finire.

La storia inizia nel 2010 e ha come protagonista la nascita dell'iPad e per una casa editrice di scolastica come la nostra, in cui – è importante sottolinearlo – il grosso del lavoro è per la scuola media e superiore, si è trattato di un fatto importante. Quando è nato l'iPad noi abbiamo avuto paura, perché abbiamo pensato che il libro stesse per scomparire, che l'iPad sarebbe diventato universale e che tutta la produzione editoriale sarebbe stata convertita in digitale. Tre anni prima era nato il Kindle e sempre nel 2007 era comparso il libro *L'ultima copia del "New York Times"*, scritto dal vicedirettore de "La Stampa", Vittorio Sabadin, il quale diceva nell'incipit che Arthur

Sulzberger Jr., direttore del “New York Times” credeva che il suo giornale non sarebbe più arrivato in edicola nel 2013: l’edizione su carta sarebbe stata sostituita da contenuti diffusi attraverso internet<sup>1</sup>. Previsione sbagliata del “New York Times”, perché c’è ancora e funziona, ma per gli altri giornali le vendite sono molto diminuite.

Tre anni dopo, nel 2013, sul sito del Ministero dell’Istruzione comparve un comunicato con questo incipit: «Libri cartacei addio. Ancora un anno di tempo e nella scuola italiana entreranno solo libri digitali o in formato misto»<sup>2</sup>. Si trattava del provvedimento sui libri di testo che era stato firmato dall’allora Ministro dell’Istruzione Profumo. A quel punto abbiamo temuto che il mondo cambiasse, che tutti i ragazzi avrebbero studiato e i professori insegnato col digitale, ci siamo chiesti cosa fare: da lì è nata l’idea di una divisione per il digitale. Dopo nove anni da quando è nato l’iPad abbiamo capito che il digitale è complementare al libro, non alternativo, ormai è chiaro. Non sappiamo come finirà la storia perché siamo nel mezzo di una transizione che si evolverà in maniera imprevedibile. Se mi chiedessero di scommettere una cifra consistente sul fatto che tra dieci anni si studierà anche sui libri di carta – attenzione, non “solo” sui libri di carta, ma “anche” sui libri di carta – e che i libri di carta costituiranno una parte portante dello studio, non so se lo farei.

---

<sup>1</sup> V. SABADIN, *L’ultima copia del “New York Times”: il futuro dei giornali di carta*, prefazione di G. Riotta, Roma, Donzelli, 2007.

<sup>2</sup> Comunicato dell’Ufficio Stampa del Ministero dell’Istruzione, Roma, 26 marzo 2013.

In questi anni è cambiato il modo di scrivere, perlomeno per quello che riguarda i libri di testo. Se si apre un giornale di dieci anni fa si notano periodi più lunghi e testi continui, mentre adesso ci sono testi molto più segmentati e più titolati e anche nei quotidiani ci sono dei mini-riassunti. In sostanza è successo, quindi, che se si vuole conoscere il contenuto di un articolo si può leggere la sintesi rapida. Da qui deduciamo che è cambiato il modo di leggere: i testi sono più brevi, segmentati, titolati e con evidenze.

Luisa Carrada, esperta di scrittura di cui abbiamo pubblicato alcuni libri<sup>3</sup> che tiene anche corsi per gli autori che scrivono i nostri libri, sostiene che noi ci siamo abituati a leggere un testo come guardiamo un paesaggio sconosciuto: quando saliamo e arriviamo sulla cima di una collina, guardiamo giù verso la città per cercare di capire dove è il campanile della chiesa, dove sono il cardo e il decumano, più o meno per carpire la geometria del paesaggio. Analogamente, se oggi quando guardiamo un testo vediamo le titolazioni, le parti in nero e l'articolazione in blocchi, un tempo eravamo abituati a leggere i testi interamente, anche testi molto lunghi, che l'autrice definisce «muri di parole», a forma di rettangoli senza paragrafi. Le traduzioni di latino peraltro sono ancora così, tanto che mi stupisco sempre quando vedo i libri di latino e greco, dove ci sono dei rettangoli da tradurre. Il testo latino sembra dire «traduci questo rettangolo», mentre un editoriale su un quotidiano o un articolo dicono una cosa

---

<sup>3</sup> Si veda ad esempio L. CARRADA, *Guida di stile. Scrivere e riscrivere con consapevolezza*, Bologna, Zanichelli, 2017.

e, dopo un'interlinea vuota, un'altra. Questo fenomeno da un lato è frutto della sintesi del pragmatismo anglosassone.

Anche se in parte è positivo, anche io mi irrito quando vedo muri di parole, ma riconosco che bisogna abituarsi a leggerli perché alcuni documenti, come un contratto d'assicurazione, richiedono una lettura concentrata, profonda, riflessione e tempo. C'è quindi una parte di vantaggio e una di pericolo.

Il cambiamento nel modo di leggere è dovuto anche all'avvento del digitale. Una volta si leggevano i saggi, i romanzi, i libri di testo, oggi possiamo leggere un romanzo in metropolitana sul Kindle, oppure un articolo di giornale sul tablet mentre siamo in treno o ancora una voce di Wikipedia, magari per chiarire una questione che è nata a cena su un personaggio, una data o su qualcosa, e al lavoro si può dare un'occhiata alle ultime notizie sul sito di un quotidiano. Ma se uno osserva in metropolitana a Milano o a Londra quanta gente usa il tablet e quanti la carta, si noterebbe che una metà usa il tablet e l'altra metà usa ancora il libro di carta. Insomma, ci sono tanti modi diversi di leggere da quello tradizionale.

Per avere un'idea dell'universo editoriale, basti pensare che in Italia un terzo o poco più, circa il 35%, non legge nemmeno un libro all'anno. Quindi abbiamo il 35% di non lettori, il 30% che legge da uno a tre libri all'anno e poi lo zoccolo forte che tiene in piedi il mondo dell'editoria e della libreria, ovvero il 10% che legge uno o più libri al mese. Questi ultimi sono i lettori forti, quelli che vanno in libreria o su Amazon a comprare i

libri, e che insomma tengono in piedi il fatturato delle librerie. Tanto per dare un ordine di grandezza, tutta l'editoria italiana ha più o meno il fatturato della Barilla: circa tre miliardi e mezzo di euro all'anno. Un altro dato interessante è che più di metà degli italiani non riempie due scaffali di libri. Se dunque entrate nelle case degli italiani, c'è la probabilità che uno su due non riempia due scaffali se ha una libreria, perché un 10% non ha una libreria in casa.

Come leggono i libri gli italiani? Due terzi, il 62%, leggono solo libri di carta, mentre l'8% legge solo ebook. Quella che sembrava una crescita inarrestabile dei libri digitali è arrivata a un *plateau* in questi anni, perché è arrivata quasi al 10%. Peraltro c'è un 30% che legge l'uno e l'altro, quindi torniamo alla complementarità: questo 30% quando va in giro si porta il Kindle o l'iPad invece che i tomi. Questo è il nostro quadro di riferimento, su cui noi ci concentriamo perché è quello che sappiamo per esperienza.

Lavorando all'introduzione del libro digitale, siamo partiti pensando a cosa è successo quando hanno inventato le automobili: le prime automobili erano delle carrozze con il motore. Pensiamo allora al PDF come una carrozza con il motore: è lo stesso principio del libro, ma messo a video. Noi abbiamo provato ad andare avanti, a fare cose in più. È stato un esperimento interessante, ma è fallito, non so se per sempre, ma almeno per il momento sicuramente. I nostri commerciali, che vanno a parlare con i professori nelle scuole per proporre i libri, sono insorti contro il libro liquido, cosicché abbiamo dovuto

metterlo nel cassetto. Però è stata un'esperienza interessante, perché nel nostro ambiente si procede per tentativi ed errori e non ci sono strade già tracciate.

Nel 2014 è apparso su "Scientific America" un articolo che spiega perché il cervello preferisce la carta: nella carta c'è una geometria delle parole, questa è la forza del libro. Si pensi a cos'è un libro: una doppia pagina, e quando uno lo apre ha davanti un rettangolo (con otto angoli in realtà, quindi sarebbe meglio dire due rettangoli). Grazie allo spessore vedo dove sono arrivato, quanto ho già letto e quanto mi manca da leggere: quando giro le pagine è un po' come lasciare l'impronta dei passi su un sentiero. La carta quindi ha una fisicità che rende facile la navigazione e aiuta anche a ricordare. Si pensi a quando ci viene in mente un episodio di un romanzo, ad esempio il ballo di Natasha con il principe Bolkonskij in *Guerra e pace*, e ci ricordiamo che era in basso a sinistra della pagina. Quando parliamo e ci viene in mente un episodio che abbiamo letto in un libro, spesso ci ricordiamo dove si trovava nella pagina. C'è quindi una memoria visiva nella carta, perché mentre leggiamo il nostro cervello costruisce una rappresentazione mentale del testo, come se fosse un paesaggio fisico. Negli ebook, invece, ma anche nel PDF, non si ha la sensazione di compiere un cammino perché le pagine, una volta lette, svaniscono. Quindi c'è una geometria delle parole nella carta, una fisicità che aiuta a ricordare e a memorizzare. Sono stati fatti diversi studi sul livello di comprensione di un testo in digitale rispetto a quello sulla carta, ad esempio quello fatto da E-READ (un'organizzazione accademica

che si occupa di problemi della lettura), le cui conclusioni sono ancora provvisorie.

È stata fatta una dichiarazione a Stavanger, in Norvegia, sul futuro della lettura e un meta-studio su 54 studi con più di 170 mila partecipanti, da cui si è concluso che la comprensione di testi lunghi e informativi è maggiore quando si legge sulla carta rispetto a quando si legge in digitale; non sono invece state notate differenze significative per i testi narrativi. L'effetto di minore comprensione in digitale di testi lunghi e informativi è addirittura accentuato nei nativi digitali, contrariamente alle aspettative: quando leggono testi lunghi e informativi ricordano e comprendono meglio il testo sulla carta, mentre ci si aspetterebbe il contrario, che sappiano muoversi meglio, che siano sempre attaccati al cellulare. Questo fatto fa pensare che il mito dei nativi digitali sia, per così dire, una leggenda metropolitana, come verificiamo ogni volta che parliamo con i professori o che abbiamo rapporti con gli studenti. Si è anche notato che il digitale favorisce una lettura di *skimming*, cioè quella con cui si fa una scorsa rapida del testo con una "F" o una "Z", come suggeriscono i modelli che recepiscono il movimento degli occhi. La lettura di *skimming* è quella che richiede meno concentrazione, quindi in pratica il testo digitale ostacola la concentrazione. Però non sono evidenze conclusive, ma solo indicazioni.

A questo proposito esiste un libro interessante, scritto da Maryanne Wolf, una neuroscienziata che si occupa della lettura a livello cerebrale, che afferma che non sia-

mo nati per leggere<sup>4</sup>: se esistono dei geni per il linguaggio e la visione, per cui nasciamo pronti per parlare e vedere, non esistono i geni per la lettura. La lettura in parte nasce come un processo di costruzione, come un allenamento che pian piano rafforza il muscolo, il quale se non si allena si atrofizza. L'autrice dice in sostanza che, mentre impariamo a leggere, si stabiliscono nel nostro cervello delle nuove vie nervose, delle connessioni tra strutture cerebrali che sono geneticamente responsabili della lingua parlata e della visione. Noi stabiliamo connessioni tra queste regioni che sono nate per altro, quindi la lettura è un'invenzione culturale. I primi caratteri si dipingevano circa 5 mila anni fa, ma siamo arrivati all'alfabeto 3 mila anni fa, che vuol dire che ci abbiamo messo molto per imparare a leggere. Ogni volta che un bambino impara fa la stessa fatica che faceva un nostro antenato. La lettura è insomma un processo artificiale. È molto interessante che delle scansioni cerebrali effettuate da studiosi mostrino che le regioni attivate per leggere, ad esempio, l'inglese sono diverse da quelle attivate per leggere il cinese. Il cinese infatti usa maggiormente la memoria visiva, il riconoscimento dei dettagli, eccetera. È un fatto molto curioso.

In sostanza, il cervello è un muscolo che deve essere allenato, deve essere continuamente allenato, e se non è allenato rischia di atrofizzarsi. Maryanne Wolf manife-

---

<sup>4</sup> M. WOLF, *Lettore, vieni a casa. Il cervello che legge in un mondo digitale*, trad. di P. Villani, Milano, Vita e Pensiero, 2018 e EAD., *Proust e il calamaro. Storia e scienza del cervello che legge*, trad. di S. Galli, Milano, Vita e Pensiero, 2009.

sta inoltre la preoccupazione che, in parallelo alle «magnifiche sorti e progressive» del digitale, possa avvenire un impoverimento, dovuto al fatto che il muscolo della lettura si atrofizza e che quindi perderemo alcuni grandi vantaggi della lettura come quello di acquisire capacità critica. Perché la lettura è un processo lineare e lento che sviluppa il pensiero critico, nel senso di deduzione delle conseguenze da premesse, induzione da casi particolari dei comportamenti generali, capacità di fare analogie, di analizzare e confutare delle affermazioni e, in ultima analisi, di inventare pensieri nuovi. Tutto questo è causato dal fatto che nella lettura su carta andiamo lenti, seguendo un filo e girando le pagine una dietro l'altra, mentre, per le informazioni che arrivano attraverso lo schermo digitale, la visione di un flusso continuo e rapido di informazioni bombarda il cervello e dà una illusoria sensazione di completezza che non invoglia a riflettere ma suscita pigrizia mentale. Si pensa di aver capito, ma in realtà non si riflette davvero nel concreto. Tutte le informazioni che appaiono concrete saltano la corteccia cerebrale e il lettore le beve senza analizzarle criticamente. Il minimo sforzo intellettuale svanisce con questo bombardamento di informazioni digitali, si pensi per esempio all'home video, ai movimenti rapidi sulla tastiera, all'interattività. Tutto ciò che non è lineare e lento rischia di atrofizzare il muscolo della lettura, che per l'appunto è nato come un allenamento e ha bisogno di essere continuamente allenato. Quindi da una parte abbiamo l'immediatezza e la gratificazione istantanea, dall'altra il tempo e lo sforzo necessari per sviluppare il

pensiero critico; da una parte la distrazione e dall'altra parte la concentrazione. Si pensi a cosa significa studiare nell'epoca della distrazione continua. La preoccupazione di Maryanne Wolf ci ricorda quella che aveva Socrate nei confronti della scrittura, che riteneva uccidesse la memoria e creasse illusione di sapere, come dice un passo del *Fedro* di Platone. Da una parte quindi c'è la parola viva della memoria, del dialogo, della conversazione, mentre dall'altra parte c'è il discorso morto della lingua scritta, cioè le parole scritte che non possono rispondere. In realtà poi la scrittura ha portato tanti benefici, perché ci ha liberato la mente dall'onere di tenere tutto a memoria: la nostra mente può fare delle altre cose e l'efficienza dell'alfabeto è che con venti caratteri si possono riprodurre tutti i suoni, è un miracolo e ha stimolato la nascita di pensieri nuovi. Siamo, per così dire, tra cose belle da una parte e timore dall'altra.

Noi, nei libri, cerchiamo di fare un po' tutte e due le cose, cerchiamo di agevolare quanto più possibile l'apprendimento delle nozioni, ad esempio di una parte semplice, e poi di fare degli esercizi più difficili per testi più complessi in modo da non perdere la capacità di lettura profonda.

Per citare un altro caso di tecnologia che può sia aiutare che atrofizzare il cervello, basta pensare alla cassa automatica dei supermercati: non serve più essere bravi a fare le sottrazioni, facilita il lavoro, ma allo stesso tempo si tratta di un pezzo di cervello che non usiamo più.

Per ora concludiamo questa storia che ha per protagonista il lettore e che è nata una decina di anni fa. Ci

siamo inventati, per così dire, un nuovo lavoro, abbiamo fatto un'esperienza, abbiamo fatto tentativi ed errori, abbiamo sbattuto la testa con il libro liquido. Ma abbiamo anche capito molte cose importanti con questo risultato negativo, abbiamo ideato alcuni prodotti e fatto altri esperimenti che sembrano funzionare.

Chi può fare previsioni di dieci anni? Basti pensare che l'iPad è di una decina di anni fa, l'iPhone del 2007. Noi però abbiamo una visione laica del digitale e pensiamo che, per un numero ragionevole di anni, il libro resterà ancora una cosa fondamentale, perché è un contenitore ordinato del sapere, con una fisicità e una geometria che lo rendono uno strumento peculiare e positivo. Il libro come lo conosciamo ora, nato con Gutenberg, ha 500 anni, perciò difficilmente può cambiare da un giorno all'altro. D'altro canto, ci sono anche tante caratteristiche belle del digitale che aumentano le capacità di apprendimento, come quelle che ho mostrato. Noi immaginiamo che nel futuro prossimo si continueranno a leggere libri, anche di scuola, e che si leggeranno ancora *Anna Karenina* e il libro di Kant, ma ciò non toglie che si possa vedere un video per capire un esperimento di fisica o un'animazione per capire come funziona il cuore o per leggere una poesia.

Non sappiamo come finirà la storia – credo che nessuno lo sappia ed è questo il bello del gioco –, ma se dovessi fare una previsione per i prossimi cinque o dieci anni, sarei tranquillo sul futuro del libro di carta, perché, anche se ci sarà il digitale, la carta ne resterà il cuore e il baricentro.



# GLI ESPERIMENTI DI ZANICHELLI

Valentina Gabusi

Esistono diversi tipi di lettura. Chi studia la lettura dal punto di vista neurologico ne identifica almeno quattro. Il primo si chiama lettura esplorativa od orientativa, spesso vi si fa riferimento con la parola inglese *skimming*. È un tipo di lettura rapidissima, che salta velocemente da un punto del testo a un altro. Serve semplicemente per identificare se un testo ci interessa o no, se ci serve o meno. Apriamo il giornale la mattina al bar, scorriamo rapidamente, vediamo l'articolo che ci interessa e lo approfondiamo. Oppure apriamo un libro di testo e, scorrendo l'indice, notiamo un paragrafo che vogliamo approfondire.

Il secondo tipo di lettura è di natura selettiva, in inglese si usa il termine *scanning*, proprio perché significa scansionare tutto il testo. Anche qui si ha una certa rapidità, volta alla ricerca di un'informazione che ci serve. È il tipo di abilità che attiviamo quando ad esempio abbiamo sott'occhio l'orario dei treni e vogliamo trovarne uno tra le cinque e le sei per andare a Parma. Quindi ci muoviamo e ci sono degli indicatori che subito ci fanno andare lì con lo sguardo a trovare l'informazione. Oppure, per fare un altro esempio, siamo a cena e abbiamo

un dubbio sulla data in cui Pirandello ha vinto il premio Nobel, apriamo la voce Wikipedia, la scorriamo tutta ed ecco lì il premio Nobel di Pirandello.

La lettura per eccellenza è però quella estensiva, che ha un ritmo veloce e ininterrotto, è quella in cui ci immergiamo quando leggiamo un romanzo, un *graphic novel*, un articolo, un saggio, quella da piacere della lettura, da immersione più totale

Noi invece ci occupiamo di un tipo di lettura diverso, di quello intensivo, ovvero di quello dello studio. Durante questo tipo di lettura chi legge preattiva delle conoscenze che gli derivano dall'aver studiato quella stessa materia poco prima, o da quella che Umberto Eco chiamerebbe «enciclopedia», cioè il sapere sul mondo che ti aiuta a capire quello che stai leggendo, sia esso un testo di filosofia, di critica o di biologia. È un tipo di lettura che procede molto lenta e che si ferma, perché dobbiamo incamerare quello che abbiamo letto, perché vogliamo prendere una glossa accanto o perché non abbiamo capito e rileggiamo il paragrafo per capirlo meglio. In quanto editori scolastici, noi ci occupiamo esattamente di questo tipo di lettura, al quale abbiamo quindi circoscritto il campo con questa introduzione.

Zanichelli fa esperimenti da tanto tempo. Quando parliamo tra di noi, ci piace raccontare che il primo esperimento risale al 1997 ed era un CD-ROM, perché all'epoca non c'erano nemmeno i DVD. Ci piace spesso dire che quella era un po' l'età del bronzo del digitale. Questo CD-ROM conteneva dei testi, degli esercizi interattivi e dei video riguardanti la teoria della relatività. Zanichelli

aveva puntato moltissimo su questo esperimento in termini di tempo per la costruzione, ma anche in termini di soldi a livello di investimento. Tuttavia, il cd-rom non ebbe successo, da solo non vendette, nonostante in generale si parlasse molto di digitale e di multimedialità. Curiosamente, si provò a inserirlo nella terza di copertina dei libri di fisica e i professori iniziarono a preferire per l'adozione il libro con cd-rom rispetto al libro senza corredo digitale.

Vorrei citare altri due tipi di sperimentazioni sui libri digitali, attraverso un libro di storia dell'arte, in particolare dal capitolo sull'Atene del quinto secolo, l'Atene di Pericle e della statuaria prima e durante il periodo del *Doriforo*. Da un lato abbiamo il libro solido e dall'altro quello liquido (v. figure 1-2). Il primo, quello solido, parte dalla base di costruzione del PDF e quindi propone una rappresentazione mimetica della pagina stampata. Il libro digitale solido si muove in una sorta di applicazione che docenti e studenti possono usare online, oppure possono installare. Si può visualizzare il libro a doppia pagina, cosa che i docenti usano soprattutto per fare lezione con la lavagna interattiva, ingrandendo le immagini per fare vedere dei dettagli o elaborarle direttamente. In alternativa, gli studenti possono attivarlo a pagina singola per leggere meglio. Applicati dove servono ci sono inoltre dei contributi multimediali. Nel capitolo che abbiamo preso ad esempio, a un certo punto viene spiegata la tecnica della fusione a cera persa. Uno studente, leggendola, può far fatica a visualizzarla, ma nel libro digitale è disponibile un'animazione che spiega

esattamente la tecnica e tutti i passaggi. Questo apparato multimediale è quindi un contributo che può aiutare a dare concretezza e ad ancorare un sapere che, descritto, può sembrare astratto. Nei libri di lingua, per fare un altro esempio, abbiamo l'introduzione di audio, esercizi interattivi, insomma di tutta una serie di integrazioni della parola scritta.

L'altro libro invece è liquido, in cui il testo è in HTML e si adatta allo schermo. Non riproduce l'impaginazione del libro di carta, bensì ha una sua impaginazione, più leggera, che si adatta al dispositivo, sia esso un computer, un tablet o uno smartphone, in maniera liquida appunto. È un libro che esplose, che non ha più la forma tradizionale del libro a stampa, sembra piuttosto un sito. Il testo è in HTML, quindi è possibile agire su di esso per mettere delle note, delle glosse che si presentano un po' come nel Kindle. I riferimenti ai *clicks*, cioè ai tasti che fanno da collegamento ai contenuti multimediali, arrivano direttamente all'occhio, che quindi non si deve nemmeno troppo spostare. È inoltre possibile espandere i termini di cui non si ricorda o non si conosce il significato, accedendo a un apparato di glossario. Nella parte laterale della pagina, inoltre, ci sono gli stessi audio e video del libro solido.

Noi di Zanichelli siamo entrati in contatto con questo tipo di libro digitale negli Stati Uniti, più o meno nel 2012-2013; ci era piaciuto e ci sembrava un tipo di libro che ben si adattasse alla lettura su device. Il mondo della scuola, cioè il nostro target, all'epoca rifiutò completamente il libro liquido. Questo perché il libro di carta ha

una struttura di un certo tipo, a cui il docente e lo studente si abituano, che imparano a conoscere anno dopo anno. In più, il libro digitale liquido non ha il concetto di pagina, ma solo quello di paragrafo, il che in un contesto scolastico in cui si dice «studia da pagina a pagina», può essere problematico.

L'impatto con il libro digitale, così diverso, è quindi stato molto disorientante sia per i docenti che per gli studenti. Noi non avevamo pensato a questo problema e ci colpì ancora di più lo scoprire che le stesse evidenze venivano riscontrate dai nostri colleghi in Scandinavia, in Francia, in Germania. Quindi siamo tornati indietro e, ad oggi, produciamo soprattutto ebook di tipo solido, che sono perfetti per la proiezione e perfetti da usare su iPad, ma che al tempo stesso riproducono l'impaginazione del libro cartaceo, arricchita dove serve con l'apparato multimediale.

Due cose in particolare sembrano piacere oggi. La prima è un esempio per lo studio della letteratura italiana, un'analisi del testo interattiva pensata tanto per i docenti quanto per gli studenti.

Ho scelto la poesia *Pianto antico* di Giosuè Carducci<sup>1</sup>, perché è corta e permette di capire bene. Come si vede (v. figura 3), è un oggetto composto da tanti piccoli *tab*, in cui a un primo livello si può leggere la poesia e si può anche ascoltare la recitazione di un attore con il tasto *player*. Sullo schermo si vede anche la pagina di inquadramento alla poesia, immaginata per un docente

---

<sup>1</sup> Per approfondimenti, consultare il link <<https://analisivisuali.scuola.zanichelli.it/app/giosue-carducci-pianto-antico>>.

che ha la lavagna interattiva in classe o il proiettore e che spiega. La prima cosa da fare è la parafrasi, che si può spiegare attivando dei piccoli ausili visuali. L'aspetto visivo è importante perché aiuta molto la memoria: piuttosto che avere una platea di studenti senza il testo sottomano, che ascoltano quello che viene detto senza ancoraggi, questo supporto permette di fare una lezione dialogata e di illuminare le parti di testo di cui si stanno mettendo in luce gli aspetti. Lo possiamo fare anche per i temi, per esempio cercando nel testo il tema del pianto, il tema della classicità o possiamo guardare nella struttura dove le due componenti del melograno e della morte hanno dei punti di contatto. Ci sono tanti aspetti in cui ogni singolo *tab*, ogni singola linguetta, è una parte di analisi.

Questo oggetto può essere usato in classe per fare lezione, ma anche a casa lo studente idealmente ha un percorso che viene suggerito dall'editore, dalla parafrasi fino alle figure retoriche, ma poi può muoversi come vuole e se ha un dubbio, ad esempio sul linguaggio, può andare a navigare in maniera autonoma. E questo tipo di interattività, applicata tra l'altro a una materia che è erroneamente considerata lontana dal digitale ma che invece si presta molto bene, piace tanto ai docenti quanto agli studenti.

Gli studenti sono un target difficilissimo con cui interagire. Zanichelli li ospita spesso, fa delle interviste, prova a conoscerli meglio, ma è molto difficile riuscire a interagire con loro e far capire loro le potenzialità del digitale. In sostanza, pochissimi vedono quello che viene

messo in copertina, nessuno legge la quarta o nota che ci sono degli occhielli in cui si consiglia di scaricare l'app. Della pagina gli studenti guardano solamente le parti che il professore ha detto essere importanti e saltano completamente gli apparati di approfondimento. È difficile farsi strada in tutto questo mondo. Io mi sono resa conto con sgomento, inoltre, che quasi nessuno di loro ha mai scaricato e installato un programma nel computer nella propria vita, cosa che per me era banale. Una volta ho fatto un test con tutti loro: bisognava scaricare la piattaforma del libro solido. Hanno cliccato su un pulsante, ma poi non sapevano dove era andato a finire l'eseguibile, non lo sapevano aprire e solo uno su nove aveva scaricato in vita sua un programma, nello specifico per modificare le foto. Questo è il pubblico con cui abbiamo a che fare, motivo per cui abbiamo deciso che la soglia di accesso al digitale, ai video, agli audio, agli oggetti che vi abbiamo mostrato per analizzare i testi dovesse essere bassissima.

È così che abbiamo inventato un'applicazione che si chiama GUARDA, che è il secondo progetto che sta avendo successo. Lo studente ha la possibilità di inquadrare dei codici simili ai QR sulla pagina per scaricare l'applicazione e in questo modo ha immediato accesso al contenuto multimediale. Abbiamo evitato il passaggio di registrazione all'applicazione, perché è una cosa che fa scappare gli utenti a gambe levate. Questo tipo di interazione, con una soglia di accesso estremamente bassa, piace perché lascia la libertà di decidere quando andare a prendere il materiale digitale, attraverso un device – lo smartphone – che è inoltre quello che usano di

più. Trovo interessante e stimolante avere a che fare con loro, perché ragionano in una maniera abbastanza diversa rispetto a come ragiono io e rispetto a come ragionavo alla loro età.

Per quanto riguarda la questione se il libro digitale sia sottodimensionato rispetto alle sue potenzialità, è vero che nel nostro caso il libro scolastico digitale è la riproposizione degli stessi contenuti del libro di carta e siamo un po' vincolati a questo. Chiunque abbia avuto esperienza di corsi online su Coursera<sup>2</sup> o su FutureLearn<sup>3</sup>, nota che lì l'apprendimento è diverso: si guarda un video, si fa un esercizio, si impara. È una didattica a spirale ricorsiva e, alla fine di un corso che dura due o tre settimane, l'apprendimento è efficace e funziona ed è commisurato a video di 10 minuti, le letture brevi.

Come già detto, la scuola attualmente non è così e quindi nemmeno noi possiamo fare troppi azzardi. Il nostro pubblico di studenti e docenti è abituato e cresciuto in un certo modo, quindi dobbiamo accompagnare il cambiamento in maniera graduale, tanto nel testo quanto nella didattica.

Per quanto riguarda le nuove tipologie di dispositivi che si annunciano, le trovo interessanti, ma credo che gli studenti non vadano a studiare sul digitale in prima battuta. In alcune interviste, infatti, gli studenti ci hanno detto che, mentre studiano, mettono via il cellulare e che,

---

<sup>2</sup> Coursera è una piattaforma di insegnamento online fondata nel 2012 da due professori di *Computer Science* di Stanford.

<sup>3</sup> FutureLearn è una compagnia privata che si appoggia da anni a diversi partner, non solo accademici, per offrire insegnamenti online.

*Gli esperimenti di Zanichelli*

quando devono invece ripassare, lo usano. Quindi, in un futuro, questo genere di lettura forse verrà applicato ai romanzi e al tipo di lettura estensivo. Per lo studio, invece, il passaggio, come si è visto, è più complesso.



## Gli esperimenti di Zanichelli

### Giosue Carducci, Pianto antico

Introduzione

Parafraasi

Metrica

Temi

Struttura

Forma

Linguaggio

Figure retoriche

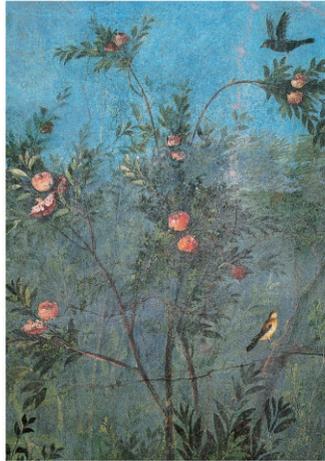
Morfologia

L'albero a cui tendevi  
la pargoletta mano,  
il verde melograno  
da' bei vermigli fior,

5 nel muto orto solingo  
rinverdi tutto ora  
e giugno lo ristora  
di luce e di calor.

10 Tu fior de la mia pianta  
percossa e inaridita,  
tu de l'inutil vita  
estremo unico fior,

15 sei ne la terra fredda,  
sei ne la terra negra;  
né il sol più ti rallegra  
né ti risveglia amor.



Affresco con albero di melograno.

Fonte: Giosue Carducci, *Alme nuove*, XLII, in *Opere*, Zanichelli, Bologna, 1935-1940

La poesia, scritta nel 1871, è dedicata al ricordo del figlio Dante, morto all'età di tre anni nel 1870. A un amico Carducci scrisse: «Io aveva avviticchiate attorno a quel bambino tutte le mie gioie, tutte le mie speranze, tutto il mio avvenire». L'aggettivo "antico" nel titolo trasforma il "pianto" nell'espressione di un sentimento primordiale di fronte al dolore della morte.

Figura 3: Modello di analisi del testo interattiva (<<https://analisivisuali.scuola.zanichelli.it/app/giosue-carducci-pianto-antico>>).

## LA CASA EDITRICE ZANICHELLI

La casa editrice Zanichelli, fondata nel 1859 da Nicola Zanichelli, esordisce pubblicando le opere di Carducci, Pascoli e altri autori di spicco della cultura bolognese del tardo Ottocento.

Ad oggi è una delle prime case editrici italiane per la produzione di testi scolastici e un punto di riferimento per l'innovazione delle risorse in senso digitale e multimediale.

Nonostante la vocazione scolastica, la Zanichelli si è distinta sin dagli esordi per un catalogo particolarmente variegato. Oltre ai testi letterari, pubblica testi scientifici, tra cui, nel 1864, la prima traduzione italiana di *Sull'Origine della specie* di Charles Darwin e, nel 1921, *Sulla teoria speciale e generale della relatività* di Albert Einstein.

La Zanichelli si distingue nel campo della produzione di dizionari: nel 2017 la casa editrice ha festeggiato i 100 anni de *Lo Zingarelli*, uno dei più completi dizionari della lingua italiana. Pubblicato per la prima volta da Nicola Zingarelli nel 1917, dal 1994 viene aggiornato ogni anno, attestandosi come uno dei più importanti documenti del mutamento della lingua italiana nel corso di un secolo.

La vocazione pionieristica viene confermata dal conseguimento di due premi nel 2013. Il Premio Louis Braille, attribuito dall'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti, per «essere stati i pionieri dell'accessibilità alla cultura dei ciechi e degli ipovedenti»; e il Grand Prix Möbius editoria in transizione, nella categoria miglior prodotto innovativo e cross mediale, per MATutor: un ambiente online pensato come un personal trainer che accompagni gli studenti alla preparazione della maturità scientifica.

Nel 2009, per i suoi 150 anni, la casa editrice ha reso disponibile online il suo catalogo storico, comprendente tutti i testi pubblicati dal 1859 a oggi.

# L'EDUCATION NON È UNO SPORT DA SPETTATORI

Fabio Ferri

*L'education non è uno sport da spettatori*<sup>1</sup> è il titolo di un saggio di alcuni anni fa che oggi non viene più pubblicato. Non ho tradotto *education* con “educazione” perché l’anglismo ha un significato sicuramente più ampio.

“Non è uno sport da spettatori” significa che chiunque si occupa di *education* non lo può fare da lontano, lo deve fare molto da vicino perché si presentano una serie di istanze e problemi che vanno affrontati personalmente. L’editoria scolastica ha poi quella strana caratteristica per cui l’utente finale, cioè lo studente, non coincide con il decisore d’acquisto, ruolo che invece spetta all’insegnante col quale spesso si arriva a costruire una relazione personale. Situazione questa che sconvolge completamente qualsiasi canale comunicativo che esiste e funziona nell’editoria di varia.

La prima cosa da fare è un brevissimo passaggio su quella che è la doppia anima dell’editore. Un editore è da un lato un’azienda, quindi non deve aver paura e vergogna nel dire che fa del *business*, ma dall’altro è un’entità

---

<sup>1</sup> W.R. DAGGETT, B. KRUSE, *Education Is Not a Spectator Sport*, a cura di B. Kruse, Leadership Press, 1997.

che produce oggetti culturali e che si occupa di cultura, conoscenza e sapere. Questa cosa la dice molto bene Gian Arturo Ferrari, che nel 2014 ha pubblicato un bellissimo libro intitolato proprio *Libro*<sup>2</sup>, e che qualche anno fa, in un intervento al Salone del Libro di Torino, ricordò che il libro ha il “diritto” di essere sia cultura che merce. Lo stesso Ferrari ribadisce il concetto in maniera più raffinata e ugualmente vera con questa frase: «Se i libri hanno potuto, nella realtà dei fatti, tenere in gran parte fede alla provocazione illuminista e progressista, e migliorare la vita degli uomini, lo si deve in larga parte alla spesso e tanto deprecata editoria industriale»<sup>3</sup>.

Inutile addentrarsi in questioni molto tecniche, anche se si potrebbe fare. Chiunque abbia sostenuto in vita sua un esame di Storia del libro conosce l'importanza della nascita del libro in ottavo e poi soprattutto del sedicesimo, cioè del tascabile, e di come abbia completamente rivoluzionato l'accesso al sapere. Si pensi alla collana Loeb, pubblicata negli Stati Uniti, che ha permesso l'accesso ai grandi classici (intesi come classici greco-latini) del sapere, una collana che ha dei costi che non sono quelli di Teubner e dunque fatta di libri che costano poco e che tutti possono utilizzare.

Quando si parla di digitale le reazioni che si possono incontrare sono diverse.

Una è di profondo fastidio e disprezzo ontologico, e credo che nessuno lo esprima meglio di Jonathan Franzen,

---

<sup>2</sup> G.A. FERRARI, *Libro*, Torino, Bollati Boringhieri, 2014.

<sup>3</sup> Ibi.

l'autore de *Le correzioni*<sup>4</sup>, che nel 2013 twitta: «Nel mio piccolo angolo di mondo Jeff Bezos<sup>5</sup> può non essere l'Anticristo, ma sicuramente somiglia a uno dei Quattro Cavalieri». Qualche anno prima, nel bellissimo saggio *Il lettore in esilio* inserito nella raccolta *Come stare soli*, pubblicata da Einaudi<sup>6</sup>, aveva approfondito il suo disagio verso il digitale con questa riflessione: «L'apoteosi elettronica della cultura di massa ha semplicemente riconfermato l'elitismo della letteratura». Per Franzen, in sostanza, il digitale non fa altro che far emergere che leggiamo poco e che quanto successo con il *feuilleton* e poi con il romanzo ci ha indotto a credere che ci piaceva tanto leggere, ma in realtà ci piacevano i romanzi.

Poi c'è l'idea che il digitale sia una sorta di bacchetta magica che risolve tutti i problemi, soprattutto quelli d'istruzione. È evidente che non è così. Da una recente indagine OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico), è emerso che l'uso del digitale non comporta un'uncia di miglioramento rispetto ai risultati accademici che si possono ottenere.

Ma forse una posizione critica e intelligente – e un po' avanguardista – è quella di Paul Douglass, un accademico statunitense, che nel 2000 – si può capire che era il 2000 dall'utilizzo del prefisso “cyber” – disse infatti: «Cyber publishing is a really real reality»<sup>7</sup>, e cioè che l'editoria di-

---

<sup>4</sup> J. FRANZEN, *Le Correzioni*, trad. di S. Pareschi, Torino, Einaudi, 2002.

<sup>5</sup> Fondatore e amministratore delegato di Amazon.

<sup>6</sup> J. FRANZEN, *Come stare soli: lo scrittore, il lettore e la cultura di massa*, traduzione di S. Pareschi, Torino, Einaudi, 2003.

<sup>7</sup> P. DOUGLASS, “URL Not Found”: *Cyberpublishing and the*

digitale è una “realtà realmente reale”. Rivolgendosi poi ai suoi colleghi accademici dice che se si interpreta il ruolo accademico dello scetticismo, il corso di questo cambiamento che ancora non è chiaro (non lo era nel 2000 ma non lo è neanche adesso), non sarà determinato da noi.

Il fatto che siamo, ciascuno a modo proprio, lettori digitali consente agli editori che lavorano sul digitale di ascoltare e leggere i propri lettori in maniera diversa. Due esperienze di Mondadori assumono particolare rilievo all'interno di questo discorso. Due *case history*: Anobii e Kobo.

Qualche anno fa Mondadori acquistò la piattaforma Anobii perché, come disse l'allora (e tutt'oggi) amministratore delegato del gruppo, Ernesto Mauri, era necessaria una piattaforma per conoscere il pubblico dei lettori, poiché una piattaforma digitale consente di conoscere i gusti di lettura e di sbagliare meno (e nel momento in cui i soldi sono sempre meno sbagliare è un lusso che l'editore si può permettere poco).

L'altro esperimento fu la partnership con Kobo, strumento di un gruppo canadese di eReader, distribuito in Italia da Mondadori. Kobo inventò il *Pulse*, cioè il pulsare di una luce sullo schermo che tanto più era ad ampio raggio tanto più segnalava al lettore quante persone stavano leggendo quella pagina in quel preciso momento e permetteva di interagire con loro.

In un articolo del “New York Times”, un po' invecchiato ma dall'idea interessante, si vedono dei grafici che

---

*Retention, Tenure and Promotion Committee*, in “Pacific Coast Philology”, Vol. 35, No. 2 (2000), pp. 132-134.

mostrano (v. figura 1): (1) quanto presto viene abbandonato un libro di non successo; (2) quanto poco e fino a che punto viene letto un libro di successo; (3) quanto influisce il marketing la prima settimana, la seconda, la terza, la quarta e così via. Si tratta di indagini di mercato a costo zero, poiché vengono condotte monitorando i lettori dalla piattaforma.

L'editoria scolastica, per dirlo con le parole di Antonio Baravalle, ex amministratore delegato di Mondadori Education, non è fatta da un solo personaggio che produce un libro – idea romantica dell'editoria – ma è uno sforzo collettivo in cui tante persone lavorano su cose diverse. È difficile, per esempio, maneggiare l'intera storia della letteratura italiana e dunque ognuno si concentrerà su un determinato aspetto.

Altra caratteristica propria di un editore scolastico è un rapporto diverso con i propri lettori/clienti: da una parte guarda agli studenti, ma dall'altra parte agli insegnanti a cui vende, attraverso una rete di propaganda che può essere costituita anche da *freelance* e non per forza da membri della casa editrice. Questo implica per l'editore non solo vendere ma essere portatore di significato, cioè attuare la grande trasformazione da venditore di prodotto a fornitore di servizi.

Perché ciò sia possibile occorre conoscere la scuola e avere un'idea ben precisa di come funziona. Per cominciare, ci sono due modelli di scuola nel mondo: quello statunitense e quello finlandese. Si tratta di due mondi differenti: il primo si basa sulle pari opportunità e sulla meritocrazia, il secondo si basa maggiormente sull'uguaglian-

za, cioè sull'aver dato, al termine della scuola, gli stessi strumenti a tutti. Nel sistema meritocratico statunitense fanno molto affidamento sui test standardizzati, mentre in quello finlandese i test si usano pochissimo.

Il lato buono del primo sistema è l'*Ivy League*, cioè il circuito universitario, al di là del britannico Oxford-Cambridge, migliore al mondo, ma la Finlandia va generalmente meglio se si considerano i test OCSE-PISA<sup>8</sup>. Naturalmente va anche considerato che nelle scuole finlandesi il numero di studenti è molto più basso rispetto a quello delle scuole statunitensi.

Il digitale in Italia ha ricevuto un forte impulso, nell'ambito della legge Buona Scuola<sup>9</sup>, dal Piano Nazionale Scuola Digitale (PNSD), di fatto la declinazione scolastica dell'Agenda digitale, istanza sana e lungimirante voluta dall'Unione europea declinata in tutti gli aspetti della nostra vita, dalla burocrazia (con successi altalenanti) alla scuola, per cercare di sfruttare al meglio la praticità che il digitale può dare alla nostra vita. Si è cercato così di avere sott'occhio tutti gli aspetti e non soltanto quello dei contenuti, ma anche quello della *governance* (dal registro elettronico alla mensa) e della formazione professionale.

Qualcuno chiama la generazione che oggi è a scuola "Post-Millennials", qualcun altro "Generazione Z". Quello che conta è che si tratta di una generazione «comfortable with technology», come si legge in un'analisi di mercato della Grail Research; una generazione quindi a proprio

---

<sup>8</sup> PISA è l'acronimo di Programme for International Student Assessment, un'indagine internazionale promossa dall'OCSE.

<sup>9</sup> D.l., 13 luglio 2015, n° 107.

agio con la tecnologia e persino dipendente da essa perché cresciuta in un mondo in cui la tecnologia è costantemente presente. In realtà sono in simbiosi con la tecnologia ma non sono “smanettoni”<sup>10</sup>: questa è la caratteristica tipica dei nativi digitali. In Italia chi ha portato avanti il concetto è stato Paolo Ferri, che insegna in Bicocca, e che parla di «simbionti strutturali della tecnologia», cioè di persone che usano la tecnologia come parte del loro essere.

Altra cosa da tenere presente è che in questo momento, nella scuola, si sente molto parlare di inclusione, cioè la possibilità di accedere alle informazioni che la scuola trasmette da parte di tutti. Il tema arrivò all'attenzione di tutti due anni fa perché il premio Nobel per la chimica 2017<sup>10</sup> è dislessico, anzi il primo dislessico certificato della Svizzera come riporta il suo curriculum. Oggi gli editori scolastici investono tanto per creare contenuti che siano accessibili a tutti, anche ad esempio a un ragazzo dislessico, e il digitale è uno strumento compensativo come pochi altri, che aiuta appunto chi ha un certo tipo di difficoltà.

Questo porta a riflettere sul fatto che si è passati dall'idea del separare dal resto del gruppo chi legge più lentamente, a un'educazione di qualità per tutti. Il che consente, tra l'altro, di riattivare, come alcune provincie e regioni hanno già iniziato a fare, la valorizzazione dell'eccellenza. Il problema è che la scuola, a volte, rigetta le persone che fanno fatica e annoia le persone che invece sarebbero disposte a procedere a una maggiore velocità. La sfida – difficile per una classe di 30 persone – è garantire a tutti

---

<sup>10</sup> Jacques Dubochet, che vinse insieme a Richard Henderson e Joachim Frank per l'invenzione della crio-microscopia elettronica.

l'interesse e la voglia di crescere.

Cosa facciamo noi in Mondadori Education? La prima cosa che oggi fa un editore scolastico è pensare al libro inteso sia come libro di carta che come libro digitale. All'inizio si pensava magari prima al cartaceo e poi con calma al digitale, adesso questa cosa non succede più: si pensa al libro come unico progetto editoriale, anzi, si pensa al libro come progetto educativo. Un progetto che si fonda su moltissime istanze di diversi enti anche internazionali che spingono gli editori a ragionare in termini più ampi. Un ottimo esempio sono le famose competenze del XXI secolo (v. figura 2), dove per competenza si intende qualcosa di più di conoscenza, ovvero la capacità di usare quello che si sa per realizzare qualcosa. Sono ventuno e coprono tutti gli aspetti della vita umana, dal saper leggere al saper fare di conto, alla *financial literacy* (ma anche sapere cos'è un mutuo a tasso variabile, prima di firmare una cosa che ti incatenerà per trentacinque anni). L'Unesco poi invita a riflettere sul digitale come strumento di democrazia, per la facilitazione all'accesso alle informazioni che consente, basti pensare a cosa è il problema dell'accesso a Internet in Cina.

Una cosa che però chiunque si occupi di scuola sconta è proprio il problema di Internet. Perché lo chiamo problema? Perché siamo tutti troppo convinti che il fatto che una cosa sia in Internet sia un po' come saperla. Si vedano i Google Trends all'indomani del referendum sulla Brexit nel Regno Unito (v. figura 3): la domanda più cercata era, dopo cosa significasse lasciare l'UE, «che cos'è l'Unione Europea». Evidentemente non tutti gli inglesi

hanno votato sapendo cosa andavano a votare. Allora ci viene incontro alla perfezione Jennifer Roberts, che insegna Storia dell'arte a Harvard, quando dice che «il fatto che qualcosa sia disponibile alla consultazione immediata non significa che sia immediatamente disponibile alla sua consapevolezza. In termini più generali, l'accesso non è sinonimo di apprendimento. Ciò che trasforma l'accesso in apprendimento sono il tempo e la pazienza strategica». La cosa si fa complessa quando bisogna spiegarlo a un ragazzo di quindici anni che sulle cose bisogna dimorare e tornare nel tempo.

Questo è il motivo per cui gli editori, per coinvolgere nella “gaussiana” gli insegnanti, tanto lo “smanettone” quanto quello più recalcitrante, provano a immaginare uno scenario sostenibile, cioè che abbia del valore aggiunto ma che abbia un *entry level* accessibile. Il modello che io sposai nel 2011, quando iniziai a occuparmi di queste cose, è il modello SAMR, che sta per *Substitution Augmentation Modification Redefinition*, inventato dal pedagogista spagnolo Ruben Puentedura: modello che suggerisce contenuti digitali non appiccicati ma frutto di un progetto, starei per dire, pedagogico. È un modello affascinante perché non impone i contenuti, ma mette in evidenza come con la tecnologia si possano fare alcune cose: si può semplicemente “sostituire” (banalmente, avere il proiettore in classe anziché la cartina appesa al muro); si può “aumentare”, cioè avere qualche funzionalità in più (banalmente: avere lo zoom, così anche il ragazzo in ultima fila vede); si può “modificare” (per esempio utilizzare Google Maps); oppure si può “ridefinire”, facendo grazie

alle tecnologie una visita immersiva virtuale.

Questo lo si può fare per qualsiasi contenuto digitale. Ma bisogna sempre tener presente una cosa fondamentale che Rivoltella, docente all'Università Cattolica di Milano, dice molto bene, e cioè che la tecnologia non è né una bacchetta magica, perché non risolve i problemi (quelli li risolve l'insegnante), né un mostro. È uno strumento, esattamente come fosse una lavagna o un gessetto. Rivoltella sostiene che non si possa far finta che la tecnologia non sia nella vita di tutti i giorni, soprattutto nella vita degli adulti.

Per un editore è poi importante provare a intercettare dinamiche che funzionano, come quella di un modo di insegnare che adesso va molto nella scuola, che è la cosiddetta *Flipped Classroom* o “classe capovolta”. In parole semplici, significa che s'inverte quello che si fa in classe rispetto a quello che si fa a casa: in classe l'insegnante introduce l'argomento, poi a casa lo studente, attraverso una videolezione preparata dall'editore o dall'insegnante, apprende i concetti di base, e in classe si fanno gli esercizi insieme. Perché questo? Perché, se ci si pensa, il momento in cui abbiamo bisogno di qualcuno di fianco non è il momento in cui dobbiamo imparare qual è la formula per risolvere le disequazioni di secondo grado, ma è il momento in cui proviamo ad applicarla. È il motivo per cui funzionano le ripetizioni, perché nell'“uno a uno” si ha di fianco qualcuno che ci aiuta a usare il dizionario e a tradurre oppure a risolvere un problema di economia aziendale. Questo sistema nelle scuole sta funzionando, e perciò gli editori, tra cui noi, hanno realizzato centinaia e centinaia di videotutorial. Durante la riproduzione ogni tanto il

video si ferma e c'è una piccola domanda per mantenere l'attenzione, e poi l'insegnante, a corredo di tutto, ha una scheda con la sintesi, lo *script* del video, le domande con le soluzioni segnate, i suggerimenti come i materiali da fornire prima e dopo agli studenti. Tutto ciò conferma che la nuova tecnologia non serve a niente se non è inserita in un contesto didattico che valorizzi quello strumento.

Un'altra questione che deve affrontare un editore oggi è il concetto di *produsage*. *Produsage* è una parola che deriva dalla crasi tra "produzione" e "utilizzo", che indica il fatto che ciascuno di noi, tendenzialmente, quando usa un contenuto su Internet gli aggiunge qualcosa.

Che cosa deve insegnare un editore agli studenti? Ancora una volta, deve insegnare che la tecnologia non è la risposta, ma è uno strumento. E questo, nel mondo del *produsage*, significa insegnare allo studente che le cose si fanno in un certo modo. C'è un libro di Andrew Keen, *The Cult of the Amateur*<sup>11</sup>, dove Keen, che è un po' un iconoclasta, sostiene che la nostra età è caratterizzata dal fatto che non sappiamo più distinguere le persone che sono professioniste dalle persone che fanno qualcosa per puro istinto o vezzo. Ecco, un editore professionista ha il dovere di rappresentare questa professionalità e ha anche il dovere di trasmetterla agli altri.

Noi, per esempio, proviamo a insegnare come si leggono dei video, quella che si chiama la *Screen Education*, e insegnare dunque che un video si analizza esattamente

---

<sup>11</sup> A. KEEN, *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture and Assaulting Our Economy*, London-Boston, Brealey, 2007.

come si analizza un testo letterario, perché ha uno stile, un montaggio, eccetera. Ma proviamo anche a insegnare come si costruisce una presentazione con alcuni suggerimenti anche elementari: ci sono ad esempio accostamenti di colori che funzionano e altri no; non si fanno slide in corpo dodici. Cose che possono sembrare banalità ma che non lo sono. Oggi l'editore ha anche questo compito.

Si sta tentando di realizzare l'intuizione di Edward Tufte (che fu nel 1973 l'inventore dell'infografica) e cioè rappresentare l'informazione e i dati in un modo che sia anche gradevole all'occhio, ma non perché "bello è meglio" e basta, ma perché bello si legge meglio, si impara meglio. Tra la prima e la terza immagine della figura 4 non c'è alcuna differenza: sono sempre zucchero, uova e farina, ma non credo che qualcuno preferirebbe mangiarle dalla ciotola piuttosto che assemblate in una bella torta.

Fare l'editore a volte significa anche fare scelte coraggiose e sperimentazioni ardite. Nel 2012 Apple volle provare a inserire l'iPad nel contesto *education* e chiese ai vari editori di realizzare dei libri pensati per iBooks, che appunto è l'app di lettura di Apple. Mondadori provò con la cosa probabilmente più complicata dell'universo, la *Divina Commedia*, perché se avesse funzionato la *Commedia* avrebbe funzionato tutto, e così dopo un anno e mezzo di fatica ne uscì un prodotto molto interessante e che ottenne grande visibilità.

Questo a riprova della visione secondo la quale un editore deve sperimentare varie e nuove strade, provare a volte sbagliando, ma muovendosi sempre in un orizzonte di business. Un aspetto, questo, affascinante. Io mi sono

trovato in casa editrice a occuparmi di altro rispetto a ciò che avevo studiato, ma una cosa che mi ha da subito colpito è il riuscire a fare delle cose belle, delle cose che stimolano, delle cose che magari riprendono quello che si è studiato nella vita, ma in un contesto in cui c'è anche la sfera del business, il che significa costruire prima dei business plan e poi prodotti che si sostengano e possano raggiungere il mercato.

Tutto sempre accompagnato dalla cosa davvero fondamentale: l'innovazione è un fatto di cultura, non è un fatto di tecnologia. La tecnologia è l'iPad o l'Oculus Rift, non importa: è la mentalità, il *mindset* di un'azienda che conta.

In azienda ci sono due atteggiamenti che devono equilibrarsi: l'indagine di mercato (basata, per esempio sui focus group) e l'immaginazione che si rifà al famoso atteggiamento di Henry Ford che amava ricordare «se avessi chiesto ai miei clienti che cosa volevano, mi avrebbero risposto un cavallo più veloce; io ho inventato l'automobile».

Quando si lavora nel mondo della scuola bisogna, mentre si immagina un libro, aver presente varie tipologie di utente. Un utente più complicato rispetto all'editoria varia. Questa diastraticità del sistema è tipica della scolastica, anche perché siamo in un contesto in cui spesso il libro di scuola non viene più scelto dal singolo insegnante, ma dall'intero dipartimento e dall'intera scuola: come spesso dicono i colleghi che i libri li vendono, «servono libri non divisivi».

Ciascun editore ha le sue piattaforme e sono tutte più o meno buone, inutile negarlo: gli editori italiani hanno investito tanti soldi nel creare piattaforme che funzionino.

Difficile però è obbligare gli insegnanti a fare qualcosa, li puoi convincere solo con un buon prodotto.

Ovvio che la forma che poi avrà il progetto editoriale la decide l'editore: si ascoltano gli insegnanti, si ascoltano gli studenti, si fanno tante cose, ma l'editore è etimologicamente la persona che sceglie che cosa deve fare. Lo fa con un atto creativo, che è fatto sì di scienza (perché esiste il *focus group*), ma è anche la capacità di vedere delle cose che in quel momento non ci sono.

Io credo che resteremo lettori di carta ancora per tanto tempo, perché leggere un libro di scuola su un *device* è complicato. Non è come leggere un romanzo sul Kindle, che è invece un atto semplice.

Credo perciò che resteremo lettori di carta in senso stretto. Quello che faremo sarà leggere contemporaneamente il libro e accedere ad altri contenuti tramite il QR-code, la realtà aumentata, eccetera. Esistono varie strategie, ma sarà una lettura integrata; non credo si arriverà a scegliere una cosa rispetto all'altra.

E dovrà sempre esserci alla base un fattore di usabilità: ci si dovrà sempre chiedere, cioè, se vale la pena realizzare un determinato oggetto digitale per qualcuno che dovrà trovare sensato accedervi e impiegarlo. In definitiva, parafrasando Robert Heinlein, sono i pigri che cambieranno il mondo.

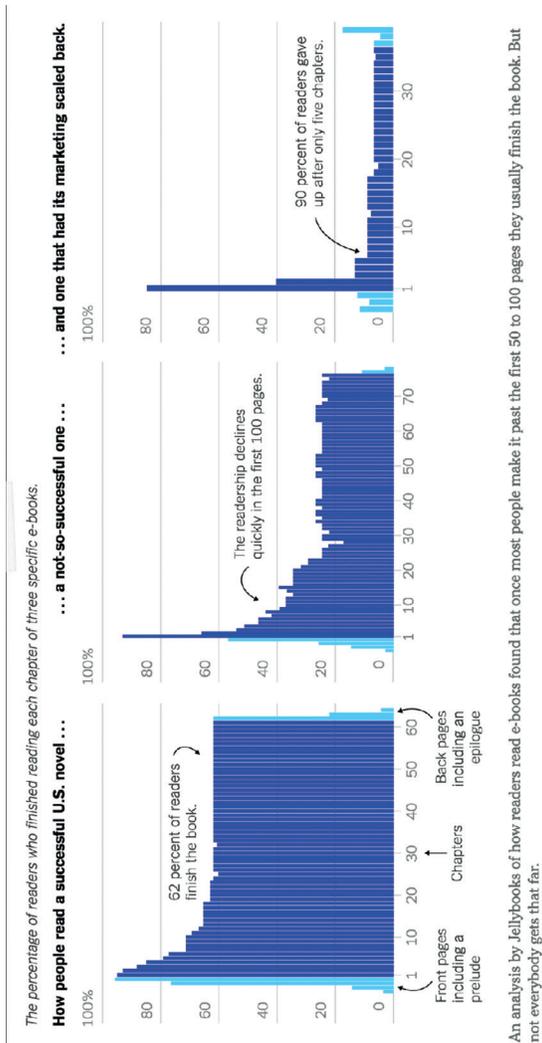
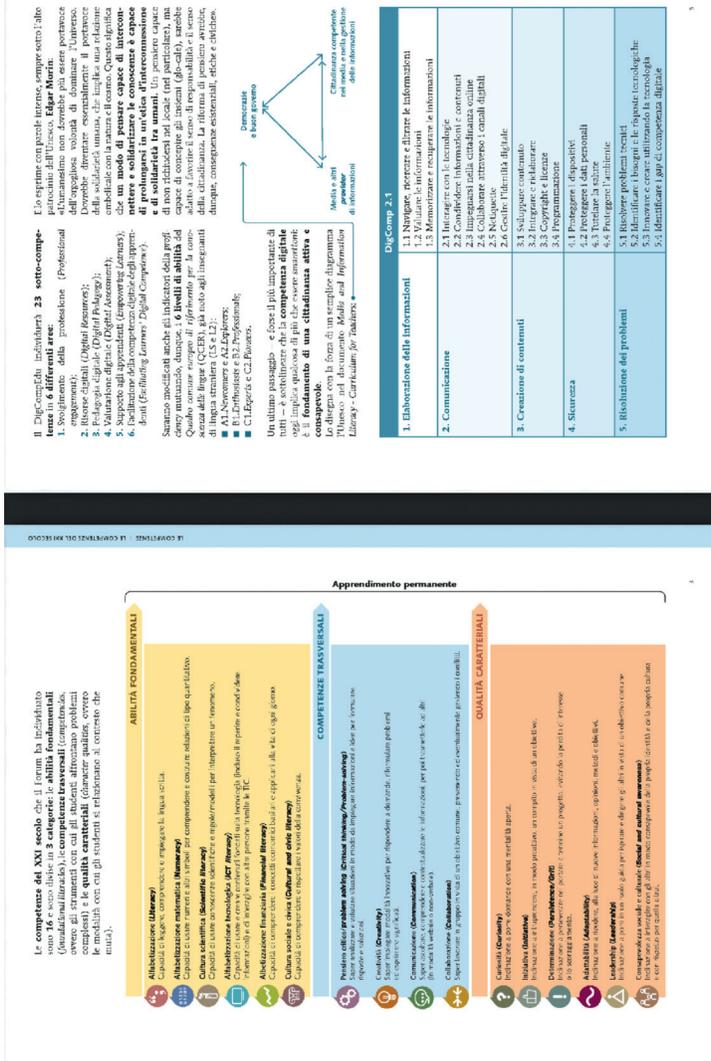


Figura 1: Indagini di mercato del “New York Times” (<[http://www.nytimes.com/2016/03/15/business/media/moneyball-for-book-publishers-for-a-detailed-look-at-how-we-read.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2016/03/15/business/media/moneyball-for-book-publishers-for-a-detailed-look-at-how-we-read.html?_r=1)>).



*L'education non è uno sport da spettatori*

 **GoogleTrends** @GoogleTrends · 4h

"What is the EU?" is the second top UK question on the EU since the #EURefResults were officially announced

**TOP QUESTIONS ON THE EUROPEAN UNION**   
in the UK since Brexit result officially announced

- 1 What does it mean to leave the EU?
- 2 What is the EU?
- 3 Which countries are in the EU?
- 4 What will happen now we've left the EU?
- 5 How many countries are in the EU?

google.com/trends

  5.1K  2K 

**Data**



**Information**



**Presentation**



**Knowledge**



EpicGraphic.com

Figura 3: I Google Trends dopo il referendum sulla Brexit.  
Figura 4: L'importanza della rappresentazione dei dati.

## MONDADORI

La Mondadori è una delle maggiori case editrici italiane e nasce nel 1907, a Ostiglia, dall'attività editoriale di Arnoldo Mondadori, che inizia il suo percorso con la pubblicazione del periodico popolare "Luce! Giornale Popolare Istruttivo", un giornale propagandistico. È nel 1912 che, insieme all'amico Tomaso Monicelli, Mondadori decide di dare inizio a una collana dedicata a un pubblico giovane (bambini e ragazzi); il primo libro pubblicato è *Aia Madama* dello stesso Monicelli, una raccolta di novelle per l'infanzia, che inaugura la "Bibliotechina della Lampada". La casa editrice comincia, così, a farsi strada nell'editoria italiana e, allo scoppio della Prima guerra mondiale, si impegna nella pubblicazione di numerose riviste per le truppe impegnate al fronte. Una svolta decisiva nella storia di Mondadori si ha nel 1919, quando la sede dell'azienda viene spostata a Milano. Dagli anni venti la crescita della Mondadori assume rilievo, continuando a farsi strada nel panorama italiano con numerose pubblicazioni e collaborazioni: basti ricordare solo i "Gialli" nel 1929, la "Medusa" nel 1933; particolarmente significative sono l'accordo ottenuto con Walt Disney per la pubblicazione di produzioni Disney e, negli anni sessanta, il lancio della prima collana di libri tascabili in Italia, gli "Oscar Mondadori", un esperimento che si rivelerà vincente. Oggi il Gruppo Mondadori – del quale fanno parte molte importanti sigle editoriali italiane (oltre a Mondadori e Mondadori Education: Bur, Piemme, Einaudi, Electa, Fabbri, Frassinelli, Oscar, Rizzoli, Rizzoli Education, Rizzoli Lizard, Sperling&Kupfer) – si è fatto strada anche nel mercato degli ebook e continua la sua attività concentrando la sua attenzione non solo sull'oggetto libro, attraverso un approccio sostenibile, ma anche sul suo pubblico cercando di offrire sempre nuove possibilità di crescita e di lettura.

# SULLE ORME DEL MULINO

Andrea Angiolini

*L'impronta digitale dell'editore*, titolo di questo secondo incontro<sup>1</sup>, è indubbiamente molto impegnativo, soprattutto perché non è affatto scontato che un editore possa davvero lasciare un'impronta. Perché un editore parla attraverso i propri libri e le proprie iniziative culturali, e solo così può tentare di lasciare una traccia che, se è fortunato, qualcuno ex post riconoscerà e seguirà; anche se non è affatto detto che porterà i lettori proprio laddove si era immaginato potessero arrivare. Nella migliore delle ipotesi, come editori mettiamo quindi in gioco delle semplici possibilità che comunque solo con fatica e fortuna riusciamo a prevedere ex ante.

Per capire meglio la tensione tra progettualità, disegno di lungo periodo e quotidianità, è utile ricorrere al fulminante incipit del libro-intervista di Severino Cesari a Giulio Einaudi. Quest'ultimo, editore di progetto per definizione, con qualche vezzo in questo testo sembra addirittura negare l'esistenza di un progetto:

Il progetto. Quante volte mi hanno ossessionato con questo imperativo: «devi fare il progetto» [...]. Le cose

---

<sup>1</sup> Come gli altri del libro, questo testo è tratto da una presentazione orale e dunque risente di un'esposizione meno sistematica e coerente rispetto a un contributo nato e pensato come scritto.

che si sono attuate [...] sono state quelle che giorno per giorno venivano fuori dagli avvenimenti, dalle intuizioni del futuro. Tu fai un «progetto» per i prossimi venti anni, e tutto poi viene travolto dai fatti<sup>2</sup>.

Fare editoria, al di là di ogni retorica, significa quindi muoversi in un intreccio di occasioni e progetti, e anche le nostre iniziative digitali – che sono il tema di questo intervento – non fanno certamente eccezione. Tuttavia, in modo particolare queste realizzazioni sono da completare con qualcos'altro che ricaviamo da un famoso racconto, il cui autore è incerto, che ha come protagoniste due rane cadute in un tino pieno di latte. Dopo l'iniziale tentativo di sopravvivenza, una delle due decide di desistere e se ne esce con queste parole: «What is the point, if we are both anyway going to drown in milk? I give up!». Come andrà a finire? Proviamo prima ad allargare il quadro.

*Per cominciare: chi siamo*

Il Mulino è una casa editrice nata a metà degli anni Cinquanta e ancora oggi espressione di un gruppo di intellettuali riuniti nell'Associazione il Mulino. Il suo scopo è contribuire a formare un'opinione pubblica consapevole attraverso riviste e volumi sia di tipo specialistico (ricerca e studio, all'università e oltre) sia rivolti a lettori non specialistici, interessati alla realtà sociale, politica, culturale.

Da tempo ha completato la propria offerta attraverso

---

<sup>2</sup> S. CESARI, *Colloquio con Giulio Einaudi*, Napoli, Theoria, 1991, p. 7 (poi Torino, Einaudi, 2007).

pubblicazioni in formato digitale, specialmente destinate alla formazione superiore; e per provare a rintracciare un'impronta editoriale in questo ambito è necessario capire meglio quali riflessioni hanno sorretto le nostre realizzazioni.

*Testo e contesto*

Si è parlato e si parla costantemente di digitalizzazione del mondo editoriale, ma è opportuno soffermarsi su una questione preliminare. Decidendo di pubblicare edizioni digitali o di realizzare piattaforme, un editore non può prescindere dall'interrogarsi sul perché di tale scelta, molto meno scontata di quanto potrebbe sembrare.

Per capirlo, facciamo un passo indietro e scomodiamo Karl Marx (sic!); e in particolare quel punto del suo Manifesto dove affermava che «tutto ciò che è solido svanisce nell'aria»<sup>3</sup>. Questa immagine fotografa molto bene anche l'oggi, quando – posti di fronte a una profonda rivoluzione – i mezzi e i ruoli tradizionalmente consolidati della produzione culturale si trovano a essere messi in discussione.

Storicamente, il digitale è stato inizialmente percepito come un cambiamento delle modalità di produzione dei contenuti. Infatti, attraverso un programma di videoscrittura come Word o di impaginazione come InDesign, la stesura e la stampa di un testo sono diventate enormemente più economiche e rapide rispetto al tradizionale sistema linotype. Volendo prendere nuovamente in pre-

---

<sup>3</sup> K. MARX, F. ENGELS, *Manifesto del Partito Comunista*, Londra, 1848.

stito una formula utilizzata da Marx, si potrebbe parlare di popolarizzazione dei mezzi di produzione. Ma al tempo stesso si è realizzata anche un'enorme trasformazione delle modalità di diffusione dei contenuti, anch'essa resa più facile e immediata.

Tutto questo ha contribuito a cambiare profondamente lo scenario editoriale rispetto al passato. Oggi un nucleo forte della trasformazione digitale è costituito dalla costante reinterpretazione del testo, poiché tipologie testuali, formati, supporti e piattaforme si moltiplicano costantemente (carta, digitale, ebook, piattaforme, audiolibri e, ancora, video, testi, eserciziari, simulazioni) e i contenuti cambiano fortemente di segno quando incrociati con supporti specifici che vi aggiungono vincoli e possibilità.

In altre parole, come abbiamo imparato nel tempo, è necessario partire dalla consapevolezza che un testo vive in stretta connessione con un contesto: l'esperienza della lettura, dello studio, dell'apprendimento poggiano sicuramente su solidi contenuti, ma sono altresì composte da ambienti di fruizione. Dunque, l'obiettivo digitale di un editore non deve essere limitato semplicemente alla migliore edizione possibile, ma deve estendersi alla previsione o costruzione di un contesto che aggiunga valore alla tradizionale esperienza di lettura o studio. Tenendo sempre in mente che, accanto ai tradizionali testi a stampa, sia pure proposti in formato digitale, crescono sensibilmente oggi i non-books: oggetti nativamente digitali, senza un corrispettivo a stampa, anche audio e video, che vanno ormai considerati normali supporti allo studio, alla ricerca, all'insegnamento.

*Alcune sfide, tra le molte*

Insieme alla necessità di considerare – o persino di costruire – un contesto significativo, potremmo dire delle piattaforme, merita di essere ricordata anche un'altra sfida con la quale ci dobbiamo confrontare, e che – con l'avvento del digitale – si è ulteriormente complicata: si tratta della competizione per il tempo dei lettori, poiché, come è evidente, i nuovi ambiti di lettura e i nuovi device favoriscono il multitasking e richiedono quindi soluzioni per serbare l'attenzione di un lettore costantemente attratto da altro.

A questa sfida se ne aggiunge oggi un'altra, ovvero quella per un uso efficace e responsabile dei dati. Tramite le piattaforme digitali, infatti, è possibile per la prima volta conoscere approfonditamente i propri lettori. Infatti, se con il cartaceo il rapporto tra editore e lettore si esaurisce al momento dell'acquisto del libro, al contrario, in ambito digitale il legame si instaura proprio a partire dalla vendita di un accesso ai testi. Quindi, escludendo ovviamente i comportamenti fraudolenti o illeciti – uno su tutti quello di Cambridge Analytica – i lettori, mentre leggono, studiano, navigano, lasciano tracce che possono essere sfruttate per modificare l'offerta editoriale, in modo tale da rendere gli ambienti digitali sempre più efficaci.

Conoscendo in profondità i nostri lettori, anche le esigenze di un singolo possono trovare una risposta specifica: la tecnologia consente di personalizzare un testo a seconda delle richieste o dei comportamenti del suo fruitore, come infatti avviene all'interno delle piattaforme

adattive che propongono il materiale didattico in base a specifiche e individuali esigenze di apprendimento.

Prima di raccontare più nel dettaglio l'esperienza della Società editrice il Mulino, almeno una menzione va fatta anche di un'altra sfida, quella dell'open access, cioè dell'accesso libero alle pubblicazioni di ricerca che abbiano ricevuto una qualche forma di sostegno economico pubblico.

Basterà qui dire che si tratta di istanze delle quali certamente gli editori devono farsi carico; ma sempre e solo in un contesto di sostenibilità economica del loro lavoro. Perché questo è il punto: anche nella letteratura scientifica il lavoro di selezione, produzione e disseminazione dei contenuti – a maggior ragione in ambiente digitale – è attività altamente professionale e come tale va remunerata.

Allo stesso tempo, e più in generale, non bisogna lasciarsi ingannare dalla presunta inutilità degli intermediari: anche nel nuovo mondo digitale si sono rivelati necessari e spesso decisivi, anche se hanno cambiato pelle. Semmai, il vero punto è la trasparenza del loro ruolo e la capacità di aggiungere valore. Anche sotto questi profili, vediamo quindi che cosa abbiamo fatto.

### *Primo passo, tenere tutto*

Volendo ora ripercorrere le tappe più significative, il fil rouge della casa editrice (che potrebbe essere persino un'impronta), è necessario ritornare a parecchi anni fa.

Si è partiti studiando gli altri, cioè prendendo spunto da ciò che stava accadendo nel panorama editoriale

internazionale, per poi cominciare a focalizzarsi su una serie di progetti che si sono protratti fino a oggi.

È infatti dalla fine degli anni Novanta che la maggior parte delle case editrici accademiche ha iniziato a offrire piattaforme online, rivoluzionando la circolazione e la produzione per lo studio e la ricerca.

Il testo non era più solo cartaceo e, date le differenti manifestazioni che poteva assumere (stampa, digitale; ma anche singole porzioni, etc.), non si poteva più ragionare solo in termini di edizioni cartacee. Per far fronte a una simile situazione, ci si doveva per prima cosa assicurare la disponibilità immediata dei contenuti a catalogo e la loro riutilizzabilità nel tempo, a costi accettabili.

Si è dunque optato per reingegnerizzare dal punto di vista produttivo e organizzativo tutta la produzione della casa editrice, formalizzandola all'interno di un *repository*, ovvero uno strumento di produzione e archiviazione al quale personale interno e collaboratori esterni facessero riferimento costante. Il suo punto di forza consiste nel conservare ogni elemento di un libro (capitoli, copertina, etc.), insieme alla sua storia, cioè alle modifiche avvenute nel corso di vita di un'opera. Si tratta di un ambiente multiformato, dove quindi vengono archiviati file nel formato di impaginazione (per lo più, InDesign), di stampa (PDF), di conservazione (XML Docbook). Si tratta, in questo caso, di un metalinguaggio non proprietario, testuale, documentato, che descrive ogni elemento della pagina e fornisce regole sintattiche necessarie alla costruzione di ulteriori output testuali; separando il layout dalla relativa struttura, esso assicura la massima

riutilizzabilità nel tempo e permette di ricavare con relativa facilità edizioni digitali per device differenti.

Questa scelta – la riorganizzazione radicale dei processi in senso digitale – credo sia stato un passaggio strategico, quello che ha reso poi possibile tutti gli altri passi.

### *Le piattaforme per la ricerca scientifica*

Il passo ulteriore rispetto alla formalizzazione degli aspetti produttivi, è stato quello di dare vita a una serie di piattaforme online, ognuna con un contenuto specifico, una propria finalità e un destinatario ben definito. Con la convinzione che il digitale, per avere senso, deve aggiungere valore alla normale e ancora efficace lettura a stampa.

Nel 2004 è nato Rivisteweb, archivio online comprendente la totalità delle riviste presenti nel catalogo del Mulino<sup>4</sup>, poi esteso anche a quelle dell'editore Carocci che fa parte del medesimo gruppo. Le testate ricomprendono diversi ambiti disciplinari: linguistico-letterario, filosofico, storico, psicologico, socio-politico, giuridico ed economico.

La piattaforma è stata elaborata con lo scopo di fornire al lettore un accesso rapido e facile ai testi, attraverso ricerca o *browsing* tra testate e articoli. L'articolo online, corredato da informazioni aggiuntive rispetto all'equivalente cartaceo, può essere quindi scaricato in formato PDF, per poi essere letto su supporto digitale oppure stampato. Ai contenuti si aggiungono vari servizi, dalla

---

<sup>4</sup> Gli archivi mettono a disposizione le riviste dal 1997 all'annata corrente.

ricerca full text, all'integrazione con opac e metamotori e motori di ricerca, alla possibilità di esportare i metadati secondo più di venti stili citazionali differenti.

L'accesso avviene per lo più tramite la sottoscrizione di un abbonamento istituzionale che oggi coinvolge la maggior parte delle università italiane (e tra queste anche l'Alma Mater Studiorum) e molte altre istituzioni pubbliche.

Una volta avviata Rivisteweb, e proprio grazie a quel *repository* di cui si è parlato precedentemente, si è allargata l'offerta alle monografie di ricerca.

È stata quindi realizzata Darwinbooks, una piattaforma in streaming dei testi di ricerca del Mulino, in un formato di dati però completamente differente da quello precedente, più ricco di informazioni, più ricercabile, ovvero HTML5, ricavato direttamente da XML Docbook. Grazie a questo, l'ambiente offre dunque un livello di servizi, un sistema di ricerca e una quantità di funzionalità di consultazione particolarmente avanzate.

In particolare, ogni libro possiede un indice cliccabile a ogni livello strutturale, e la ricerca può avvenire sia nel full text sia selettivamente in parti specifiche del testo come note, tabelle, figure, bibliografie. Un'altra funzione, utile ad esempio per la stesura di tesi o di papers, permette di isolare ed esportare la citazione bibliografica di una porzione di testo arbitrariamente selezionata, completa di tutti i metadati, pagine incluse. Infine, per velocizzare il download di un capitolo in formato ebook è stato previsto l'uso di un QR Code scansionabile attraverso uno smartphone.

*Insegnare e studiare in digitale*

Un ulteriore passo è rappresentato da Pandoracampus, una piattaforma di elearning multieditore<sup>5</sup> dedicata alla formazione superiore, universitaria e professionale. Su web e via smartphone, i servizi offerti sono indirizzati da un lato agli studenti, che possono sperimentare lo studio integrato su supporto cartaceo e digitale, dall'altro ai professori, che possono avvalersene per la didattica.

L'accesso avviene prevalentemente attraverso il bundle con la carta, ma è possibile acquistare direttamente online un accesso a tutto il libro o a singoli capitoli, a prezzi ridotti rispetto all'edizione a stampa. Ogni accesso è a tempo (1, 6, 12 mesi), e ognuno può utilizzare quello che meglio si adatta alle proprie esigenze di studio.

Dal punto di vista dei contenuti, l'obiettivo è fornire tutto quello che può dare un testo a stampa, aggiungendo però strumenti avanzati per fare lezione e studiare. Quindi, da un lato si è costruito un reader, un ambiente di lettura essenziale (*no-frills*, si potrebbe dire), che consenta la concentrazione sul libro senza distrazioni<sup>6</sup>. Allo stesso tempo, però, sono stati integrati oggetti attivi, video, simulazioni, esercizi di varia natura, mappe interattive, insieme a funzionalità per l'interazione tra studenti e con il docente, o con un tutor. Un altro strumento interessante sono le *flashcards*, un glossario interattivo con link che

---

<sup>5</sup> Con la casa editrice il Mulino, promotrice del progetto, collaborano anche Carocci, De Agostini Scuola (marchi Isedi, Città Studi e Utet università), Hoepli, Wiley.

<sup>6</sup> In questo senso, la piattaforma si differenzia da Darwinbooks.

rimandano alle porzioni di testo in cui viene sviluppato l'argomento in questione. Molto utilizzata anche la funzionalità che consente di fissare una data per l'esame, lasciando che Pandora suggerisca poi una pianificazione dei tempi di studio<sup>7</sup>.

Con un occhio alla *gamification*, si è stabilito inoltre un sistema di badge, cioè di attestati digitali che, tracciando i comportamenti degli utenti, dichiarano un uso intenso e attivo della piattaforma. Tali riconoscimenti possono essere condivisi anche attraverso i social network e resi noti per esempio ai propri docenti, che stabiliranno autonomamente se prenderli in considerazione<sup>8</sup>.

Vale anche la pena sottolineare l'attenzione che Pandoracampus cerca di riservare agli studenti con Bisogni Educativi Speciali (BES). Per studenti ipovedenti e non vedenti, si è progettato il reader in modo che il testo sia correttamente leggibile da sintetizzatori vocali. Si tratta di un primo nucleo di funzionalità che verranno presto migliorate anche grazie alla consulenza di Lia, la fonda-

---

<sup>7</sup> All'interno di Pandoracampus vi sono anche utili strumenti di verifica finale delle conoscenze. È possibile accedere ai test sia a partire dal capitolo di riferimento che attraverso l'area dedicata. In quest'ultimo caso, inoltre, vi è anche una funzione specifica per la composizione di verifiche personalizzate.

<sup>8</sup> Un badge, in quanto attestato digitale di frequenza, oltre a certificare uno studio approfondito e un certo livello di competenze, contiene informazioni di eventuale interesse per professori e/o aziende. Può inoltre essere inserito nel proprio profilo formativo-professionale e nel proprio curriculum. Le modalità di inserimento sono reperibili sul sito Bestr, la piattaforma italiana realizzata da Cineca, realizzata appunto con l'intento di valorizzare le competenze.

zione dedicata alla produzione di libri accessibili, con la quale stiamo sviluppando un progetto per una piattaforma sempre più inclusiva.

Ancora, Polly è un servizio di *text-to-speech*, che permette di avviare la lettura di un qualsiasi paragrafo del manuale. La lettura è di tipo automatico, efficace nonostante alcuni attuali limiti, per esempio nella lettura di termini stranieri. Analogamente, e con particolare riguardo ai ragazzi dislessici, è stata inserita la possibilità di utilizzare un font specifico che migliora per loro la leggibilità di un testo.

Infine, anche ai professori sono riservati contenuti specifici, oltre alla possibilità di personalizzare i materiali, per esempio attraverso la creazione di *coursepacks* che raggruppano singoli capitoli, o attraverso la creazione di test per i propri studenti.

Nel complesso, si tratta di una forte reinterpretazione dei materiali d'esame, che cerca di accompagnare sia uno studio solo digitale sia uno più integrato con il testo a stampa. E comunque, la realizzazione di un'edizione digitale così ricca e inserita in un contesto di apprendimento riesce a mettere in campo possibilità ben più sofisticate rispetto a quelle fornite da un semplice ebook, forma più adatta a un libro trade, da leggere ma non da studiare.

Quanto all'uso, anche se i dati ci dicono che oggi si studia ancora molto di più su un supporto cartaceo che non in digitale, i numeri relativi all'utilizzo della piattaforma sono fortemente e costantemente in crescita e ci incoraggiano ad ampliare e migliorare anche questo servizio.

*Dai libri ai corsi*

Ma, come dicevamo, la tendenza è quella di andare sempre più oltre il libro, specialmente in contesto professionale. Anche questa constatazione, da questo *shifting from text to video*, sono nati i corsi online del Mulino, rivolti prevalentemente a professionisti e aziende.

Si è cercata una cifra che consentisse di distinguere la nostra offerta dalle altre presenti. L'idea è stata quella di partire dall'enorme bacino di testi e autori a catalogo, ma reinterpretandoli completamente attraverso nuove tecniche. Dal punto di vista dei contenuti si è scelto di cominciare seguendo il filone delle soft skills, ritenuto tra i più bisognosi di contenuti di qualità.

Il primo corso realizzato si intitola *Scrivere bene per pensare bene*: qui lezioni frontali d'autore<sup>9</sup> si alternano a videoscribing, slide animate, esercizi ad hoc, approfondimenti interattivi. Tutto ciò ha richiesto la necessità di acquisire nuove competenze, per esempio, in materia di *scripting*, di riprese, luci, audio; e di familiarizzare con nuove tecniche di scrittura e disegno, come la *graphic animation*, utilizzata per trasformare i tradizionali contenuti testuali in storie digitali che facessero parlare i concetti in modo nuovo.

*Per concludere: fare burro dal latte*

In conclusione, si può quindi affermare che grande parte del digital publishing del Mulino – ma non tutto: molto ampia per esempio è l'offerta di ebook trade, e decisa-

---

<sup>9</sup> Claudio Giunta, il docente che tiene il corso di scrittura, è professore di Letteratura italiana presso l'Università di Trento. Scrive sul Domenicale del "Sole 24 Ore" e sul sito di "Internazionale".

mente in crescita quella di audiobook – è stata indirizzata ad aggiungere valore allo studio e alla ricerca, e più in generale all'università e alla formazione superiore. All'interno di questa, specialmente con Pandoracampus, particolare attenzione è stata data alla didattica, da sempre sottovalutata in contesto universitario, sia nelle tecniche sia nelle carriere: si tratta di un tema che va ben oltre lo stretto contesto accademico, e investe invece la qualità complessiva della nostra società.

Per raggiungere e consolidare tutto questo, da un lato il mondo accademico necessita di nuove capacità, che gli permettano di completare, o cambiare, i tradizionali metodi didattici con un più ampio uso del digitale vero, cioè di quello che aggiunge realmente valore; d'altra parte, come indicato sopra, anche agli editori è richiesto un ulteriore, profondo rinnovamento delle competenze: è essenziale conservare le capacità professionali di sempre, ma completarle con figure nuove, che sappiano quando necessario andare oltre il testo così come lo abbiamo conosciuto. E bisogna affinare lo sguardo, per riuscire a cogliere non solo i bisogni di oggi, ma anche quelli di un futuro prossimo. Senza massimalismi ma anche senza incertezze.

Occorre, in altri termini, essere nelle condizioni di poter camminare qualche passo (ma non troppi!) avanti rispetto al proprio pubblico, per accompagnarlo verso nuove possibilità. Per fare questo, competenze umanistiche e tecnologiche dovranno completarsi a vicenda, innescando un circolo virtuoso; e questa sarà certamente una sfida enorme: non solo perché la tecnologia non ba-

sta, ma anche perché non è affatto neutra e va ricondotta a quel punto di vista sul mondo che da sempre costituisce l'essenza del lavoro editoriale.

Ma che ne è stato delle rane, quelle che, cadute nel latte, stanno per affogare e che abbiamo lasciato qualche pagina fa? Vediamo:

Only one frog kept going with this tiny legs and he kept going and going for such a long time, exhausted, but suddenly there was no need to keep on peddling anymore, all risk of drowning was gone. Why? Because the milk just turned into butter due his peddling into the milk and now he stands on steady ground and just a jump he made and gone was the frog. He made it out alive!

In definitiva, in un contesto come quello odierno, di grande incertezza e dove, per contro, tutto può ancora essere scritto, è indispensabile continuare ostinatamente a muoversi e innovare, tra occasioni e progetti, anche e soprattutto nel digital publishing. E, secondo ragionevolezza, occorre al limite farlo anche per tentativi ed errori, talvolta forse scompostamente, come la rana ostinata del racconto.

Perché il non arrendersi facilmente alle difficoltà e provare a guardare oltre la prima curva è forse uno dei modi per lasciare un'impronta; o quantomeno una traccia utile.

## SOCIETÀ EDITRICE

### IL MULINO

È il 25 aprile 1951 quando viene pubblicato a Bologna il primo numero della rivista “il Mulino”, che ben presto si afferma nel panorama italiano come una delle più significative sedi del dibattito politico e culturale del dopoguerra.

A distanza di soli tre anni, nel 1954, viene fondata la Società editrice che allargherà nel tempo le tipologie editoriali del proprio catalogo: oggi comprendono riviste, monografie di ricerca, profili introduttivi, collane per lettori non specialistici, manuali universitari.

Da anni l’editrice affianca a questa produzione a stampa piattaforme per la ricerca e lo studio: dedicate alle riviste (Rivisteweb), ai testi di ricerca (Darwinbooks), all’elearnig (Pandoracampus); recentemente è iniziata la produzione di corsi online, rivolti specialmente alle aziende; ampio infine il catalogo degli ebook, che ricomprende anche titoli trade, in crescita l’offerta di audiolibri.

Andrea Angiolini è dal 2012 direttore editoriale della Società editrice, dove è anche responsabile del settore digitale. Entrato nella casa editrice dopo aver terminato il percorso di laurea in lettere classiche presso l’Università di Bologna, ha lavorato nella redazione dei volumi, alla rivista “il Mulino”, alla programmazione universitaria e come assistente del direttore generale. Per l’Associazione italiana editori è stato presidente della commissione digitale ed è attualmente presidente del gruppo accademico-professionale.

# IL LETTORE AUTOMATICO

Claudio Tubertini

L'attività editoriale consiste in larga parte, tradizionalmente, nella ricerca di autori, testi, dibattiti su cui focalizzare le future pubblicazioni. Gli editori si rivolgono ora anche alla molteplicità di testi, documenti, informazioni che sono disponibili nella rete. L'editoria digitale si allarga progressivamente dalla semplice produzione e diffusione di ePub alle applicazioni web, intese nel senso più ampio. La lettura automatica, l'indicizzazione dei contenuti e la successiva ricerca sono quindi un nuovo strumento del lavoro editoriale.

Il flusso di dati che aziende, istituzioni di ricerca e utenti si scambiano è chiamato "galassia di dati". Buona parte di questi è in genere inaccessibile, conservato all'interno di repositories privati, ma gli scambi con il web sono costanti e, presumiamo, rilevanti. Google è il principale "lettore" di questa galassia di dati: ha pochi concorrenti e tutti marginali<sup>1</sup>, e per questo ci dedicheremo al motore di ricerca per antonomasia (e monopolista).

L'attività di raccolta dati è così rilevante che oltre ai motori generalisti, come appunto Google o DuckDuckGo (il suo più interessante concorrente), esistono anche

---

<sup>1</sup> Si vedano le statistiche nella pagina web <<http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>> consultata il 2 maggio 2019.

motori di ricerca specializzati: ad esempio WolframAlpha (<https://www.wolframalpha.com/>), Mendeley ([https://www.mendeley.com/?interaction\\_required=true](https://www.mendeley.com/?interaction_required=true)) e Zotero (<https://www.zotero.org/>), ma in queste pagine non ne parleremo.

I motori di ricerca hanno fondamentalmente due compiti:

1. raccogliere alcuni dati significativi che illustrino il contenuto delle pagine web o che costituiscano di per sé un elemento di interesse;

2. consentire ricerche per recuperare questi dati.

In queste pagine guarderemo ad alcuni aspetti della prima attività, rilevanti per l'editoria. La seconda attività è molto più tecnica e non avremo modo di trattarla in questa sede.

### *Che cos'è uno spider*

Per raccogliere dati dal web si usano programmi chiamati *spider* o *crawler* (sono sinonimi). Questi programmi passano da un sito all'altro memorizzando, per semplicità, solo alcuni dati.

Vediamo un esempio di spider (useremo python perché riteniamo – forse poco prudentemente – che sia il linguaggio più conosciuto dai nostri lettori)

Create un file, noi lo chiameremo `link_crawler.py` e copiatevi le seguenti righe<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Tutti i programmi di cui si parla in questo articolo sono scaricabili da [https://github.com/clauidiotubertini/lettore\\_bulimico](https://github.com/clauidiotubertini/lettore_bulimico)>. Per porre domande utilizzate [https://github.com/clauidiotubertini/lettore\\_bulimico/issues](https://github.com/clauidiotubertini/lettore_bulimico/issues)>.

## *Il lettore automatico*

```
from urllib.request import urlopen, urljoin
import re
def download_page(url):
    return urlopen(url).read().decode('utf-8')
def extract_links(page):
    4 link_regex = re.compile(
le('<a[^\>]+href=["\'](.*)["\']', re.IGNORE-
CASE)
    return link_regex.findall(page)

if __name__ == '__main__':
1 target_url = 'https://clueb.it/'
2 clueb = download_page(target_url)
3 links = extract_links(clueb)
    for link in links:
        print(urljoin(target_url, link))
```

Eseguitelo in una console linux:

```
python3 link_crawler.py > output.csv
```

Questo programma accede alla pagina web “https://clueb.it” (1) la scarica (2) e ne estrae i link (3). I link sono individuati dall’espressione regolare (4).

Per costruire un vero e proprio link crawler dovremmo memorizzare tutti i link (che sono indirizzi di pagine web) e poi passarli uno a uno alla ricerca degli altri link contenuti in quelle pagine: una sorta di ricerca ricorsiva. Naturalmente ci ricorderemo delle pagine già viste e non torneremo a visitarle se non dopo un certo periodo di tempo.

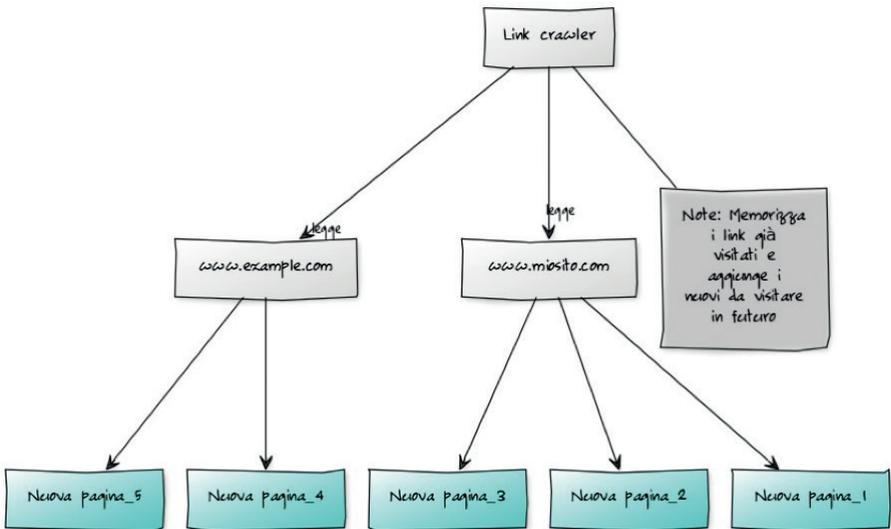


Figura 1. Procedura ricorsiva di un *link crawler*. Il programma individua tutti i link presenti in una pagina, accede a tutte le pagine linkate scaricando da ognuna tutti i link. La procedura prosegue seguendo le indicazioni e le selezioni stabilite dal programma.

Questo è ciò che fa sistematicamente Google. Ma raccogliere e rendere ricercabili i contenuti è solo una parte della sua attività; la principale, e molto più sofisticata, è eseguire ricerche tenendo conto della profilazione dell'utente.

*Che cos'è il web scraping*

Scendiamo ora di livello ed entriamo in una singola pagina web alla ricerca di quelli che possiamo chiamare “dati”. Vedremo poi di caratterizzare meglio cosa si intende per “dato” in questo contesto, intendo quello delle applicazioni web.

Ecco una pagina web, un po' semplificata.

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <title> I Promessi Sposi</title>
  </head>
  <body>
    <div itemscope="" itemtype="http://schema.
org/Book" itemprop="mainEntity">
      
      <span itemprop="name">I promessi sposi</
span> -
      <link itemprop="url" href="https://
it.wikipedia.org/wiki/I_promessi_sposi"/>
      <br />
      di <a itemprop="author" href="https://
it.wikipedia.org/wiki/Alessandro_Manzoni">A-
lessandro Manzoni</a>
    </div>

    <div itemtype="http://schema.org/Offer"
itemscope="" itemprop="offers">
      <span itemprop="name">I promessi spo-
si</span><br />
```

```
<meta itemprop="priceCurrency" content="EURO" />
<span itemprop="price"> 19.95</span>
<link itemprop="availability" href="http://schema.org/InStock">In Stock
</div>
</div>
</body>
</html>
```

Quando digitiamo l'url di una pagina web nel nostro browser scarichiamo un file HTML come questo.

Oltre a tag strutturali come `div` o `img` ne vediamo altri che individuano e illustrano aspetti contenutistici: `itemtype`, `itemprop`. `Itemprop` individua una proprietà, ad esempio il prezzo, di `itemtype`, l'offerta in vendita di una copia dei *Promessi Sposi*. Qualsiasi contenuto può essere rappresentato, graficamente, da HTML e CSS, ma le relazioni fra i contenuti restano spesso implicite. Un essere umano è in grado di comprendere che se un prezzo è associato a un libro probabilmente si tratta di un'offerta di vendita. Ma la lettura automatica ha bisogno che gli elementi rilevanti del contesto comunicativo siano resi espliciti: `itemtype` e i diversi `itemprop` ci dicono che abbiamo a che fare con un'offerta di un prodotto dotato di prezzo e disponibilità.

Guardiamo ora un esempio di web scraping; preleveremo dati da una pagina web. Ricordiamo che il primo passo è stato individuare una serie di URL, ora entriamo nelle singole pagine alla ricerca delle informazioni che ci interessano.

Utilizziamo la libreria python lxml<sup>3</sup>. Prendiamo come esempio questa pagina di un sito di e-commerce, scelto in maniera abbastanza casuale, (<https://www.libreriauniversitaria.it/macroeconomia-prospettiva-europea-blanchard-olivier/libro/9788815265715>)

```
from lxml import html
    from lxml import etree
import requests
1 link = 'https://www.libreriauniversita-
ria.it/macroeconomia-prospettiva- euro-
pea-blanchard-olivier/libro/9788815265715'
2 response = requests.get(link)
sourceCode = response.content
    html_elem = html.fromstring(sourceCode)
3 for e in html_elem.xpath('//ul[@class="-
dettagli-prodotto"]/li'):
    print(e.text_content)
```

1 è l'URL di una pagina che mette in vendita un noto testo di macroeconomia; in 2 viene scaricata la pagina, in 3 attraverso un comando Xpath vengono scaricati i dati che ci interessano. Il comando Xpath è basato su un'analisi preliminare della pagina. Il programmatore ha visto che i dettagli del prodotto erano contenuti in una lista ('//ul/li'), e con uno stile rappresentato da una classe denominata "dettagli-prodotto".

---

<sup>3</sup> Per maggiori informazioni si veda <<https://lxml.de/index.html>>. Un'altra libreria largamente utilizzata in questo contesto è BeautifulSoup <<https://www.crummy.com/software/BeautifulSoup/bs4/doc/>>. Per un'introduzione elementare al tema del web scraping si veda <<https://docs.python-guide.org/scenarios/scrape/>> Queste pagine sono state consultate il 2 maggio 2019.

Per individuare gli elementi che cerchiamo potremmo usare anche i css selectors. Utilizziamo il file HTML già scaricato:

```
htmlElem = html.fromstring('''<!DOCTYPE
html> <html> <head>...</div></body></html>''')

from lxml.cssselect import CSSSelector
doc = [ e.text_content() for e in htmlElem.
cssselect("h1[itemprop]") ]
```

Facciamo un po' di pulizia eliminando qualche carattere spurio:

```
[x.strip().replace('\n', '').replace('\t', '')
for x in doc]
```

otteniamo così:

```
['I promessi sposi - di Alessandro
Manzoni', 'I promessi sposi 19.95
In Stock']
```

Si potrebbe fare meglio ma per il momento è sufficiente. Abbiamo ottenuto tutti i dati testuali che stavamo cercando e i tag `itemtype` e `itemprop` ci hanno aiutato in maniera essenziale. Sono tag conosciuti come “microdata” e sono un esempio di “dato strutturato”. Torneremo su questo argomento tra poco.

Per recuperare, e quindi successivamente riutilizzare, i dati che otteniamo con questo piccolo *web scraper* abbiamo sostanzialmente tre metodi. Il principale è la

ricerca con espressioni regolari. Lo abbiamo utilizzato nel link crawler. La ricerca di link era basata sul “pattern” che sapevamo costituire un link. L’espressione

```
'<a[^>]+href=["\'](.*)["\']'
```

individua una serie di caratteri del tipo ‘<a href="example.com"’ e restituisce solo l’url presente nell’attributo href. Le espressioni regolari, presenti in tutti i linguaggi di programmazione, sono forse lo strumento più potente per individuare sequenze fisse di caratteri in testi privi di tag. Gli altri metodi sono i selettori CSS e l’XPath. Entrambi richiedono, diversamente dalle espressioni regolari, che il testo da analizzare abbia un “markup” predefinito. Una riga di HTML

```
<a title="un link" href="example.com"> Un link</a>
```

può essere analizzata con il selettore CSS ‘a attr(href)’.

L’XPath è un vero e proprio linguaggio dichiarativo e trova applicazione anche nei testi scritti in XML; può contenere funzioni, come ‘contains’:

```
html_elem.xpath('//a[contains(text(),  
"link")]/@href)]:
```

e variabili:

```
html_elem.xpath('//a[contains(text(),
```

```
$var) ]/@href', var='link' ]
```

In questo caso i tre metodi sono sostanzialmente equivalenti ma se il testo non contiene tag bisognerà utilizzare le espressioni regolari. In un testo taggato se la ricerca è complessa probabilmente si dovrà utilizzare l'XPath, in alternativa il CSS selector è in genere il più facile da usare.

Abbiamo tralasciato il caso in cui il risultato del *web scraping* sia un file JSON invece che HTML. In questo caso si dovrà ricorrere a scorciatoie utilizzando svariati metodi di programmazione anche se esiste un linguaggio di query simile all'XPath, conosciuto come Jmespath (<http://jmespath.org/>).

Ricapitoliamo nuovamente la strada che abbiamo percorso. Per esplorare i contenuti diffusi in rete siamo partiti da un *link crawler* per passare poi all'analisi delle singole pagine web. Abbiamo visto diversi modi di analizzarne il contenuto con CSS, Xpath ed espressioni regolari. I microdata forniscono informazioni che migliorano l'efficienza della ricerca.

### *I dati strutturati*

Siamo ora in grado di accedere a una grande quantità di dati, ma le relazioni fra i dati – in un qualche modo ciò che possiamo considerare il significato dei dati – rimane di difficile accesso. È necessario l'intervento di un operatore umano che formuli quelle query che abbiamo visto parlando di CSS selectors, Xpath o espressioni regolari. I *crawler*, come quello di Google, hanno

invece bisogno di individuare facilmente i metadati di una pagina<sup>4</sup>. A tal fine si usano i “dati strutturati”. Ne esistono varie formulazioni, diverse nella sintassi ma sostanzialmente equivalenti per funzione. Oltre ai microdati, che abbiamo già visto, esistono i formati JSON-LD e RDFa. Per una descrizione approfondita si rimanda ai testi citati nelle note bibliografiche.

Tradizionalmente i metadati, il tag ‘title’ e i diversi ‘meta’ trovano posto all’interno del tag ‘head’ nella pagina HTML. Sia i microdati che RDFa consentono di inserire metadati nel corpo della pagina, JSON-LD anche in un file a parte.

Per estrarre i metadati possiamo usare la libreria `extract`<sup>5</sup>. Prendiamo nuovamente la pagina della libreria online che abbiamo già studiato

```
import extract
import requests
import pprint
from w3lib.html import get_base_url

r = requests.get('https://www.libreriauniversitaria.it/macroeconomia-prospettiva-europea-blanchard-olivier/libro/9788815265715')
base_url = get_base_url(r.text, r.url)
data = extract.extract(r.content, base_ur-
```

---

<sup>4</sup> Per il ruolo dei dati strutturati in Google Search si veda <<https://developers.google.com/search/docs/guides/intro-structured-data>> consultata il 2 maggio 2019. Per i linked data <http://linkeddata.org/>. W3C Building the web of data <<https://www.w3.org/2013/data/>> infine il fondamentale e chiaro <https://www.w3.org/MarkUp/2009/rdfa-for-html-authors/>.

<sup>5</sup> <<https://github.com/scrapinghub/extract>>.

```
l=base_url)
pp = pprint.PrettyPrinter(indent=2)

pp.pprint(data)
with open('libreria.json', 'w') as file:
    file.write(res)
```

Il risultato è un file JSON con i dati strutturati contenuti nella pagina rappresentati nei diversi formati. I dati estratti sono troppi per essere riportati in questo articolo e rimandiamo alla nostra pagina github. Eccone solo un estratto:

```
{
  "microdata": [
    {
      "type": "http://schema.org/
WebPage",
      "id": "https://www.libreriauni-
versitaria.it/macroeconomia-prospettiva-eu-
ropea-blanchard-olivier/libro/9788815265715",
      "properties": {
        "breadcrumb": {},
        "mainEntity": {},
        .....
      }
    },
    "json-ld": [],
    "opengraph": [
      {
        "namespace": {"og": "http://ogp.
me/ns#"},
        "properties": [
          [
            "og:locale",
            "it_IT"
```

*Il lettore automatico*

```
    ],
    [
        "og:site_name",
        "www.libreriauniversita-
ria.it"
    ],
    [
        "og:title",
        "Macroeconomia. Una pro-
spettiva europea"
    ],
    [
        "og:url",
        "https://www.libre-
riauniversitaria.it/macroeconomia-pro-
spettiva-europea-blanchard-olivier/li-
bro/9788815265715"
    ]
    .....
}
],
"microformat": [],
"rdfa": [
    {
        "@id": "https://www.libre-
riauniversitaria.it/macroeconomia-pro-
spettiva-europea-blanchard-olivier/li-
bro/9788815265715",
        "http://ogp.me/ns#description":
    [
        {
            "@language": "it",
            "@value": "Obiettivo
del manuale - qui presentato in una nuo-
va edizione radicalmente aggiornata anche
nell'impianto teorico - è fornire una visio-
```

ne generale e integrata della macroeconomia post-crisi, adottando un modello di base che studia l'economia nel breve, nel medio e nel lungo periodo. Tale modello v..."

```
    }
  ],
  "http://ogp.me/ns#image": [
    {
      "@language": "it",
      "@value": "https://img2.libreriauniversitaria.it/
BIT/300/571/97888815265715.jpg"
    }
  ]
  .....
  .....
}
]
```

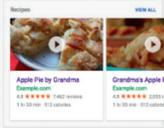
Per farci un'idea di come Google usi queste informazioni riportiamo<sup>6</sup> un esempio:

Il file JSON a destra (contenente dati in JSON-LD) viene utilizzato da Google nel modo mostrato nella colonna di sinistra. La presenza di dati strutturati nelle pagine web si è andata diffondendo e ora circa il 53% di tutti i siti ne usa uno o più tipi. Come abbiamo visto anche nel nostro esempio, spesso vengono usati più formati nella stessa pagina. Questa è la distribuzione dell'uso di dati strutturati tratta da [https://w3techs.com/technologies/overview/structured\\_data/all](https://w3techs.com/technologies/overview/structured_data/all).

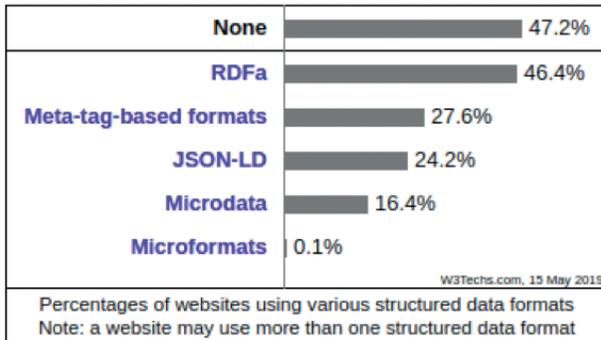
---

<sup>6</sup> Esempio tratto da <https://developers.google.com/search/docs/guides/intro-structured-data> consultato il 14 maggio 2019>.

## Il lettore automatico

Search result feature	Equivalent structured data (trimmed for brevity)
	<pre>&lt;script type="application/ld+json"&gt; {   "@context": "https://schema.org/",   "@type": "Recipe",   "name": "Grandma's Holiday Apple Pie",   "author": "Elaine Smith",   "image": "http://images.edge-generalmills.com/56459281-6fe6-4d9d-98",   "description": "A classic apple pie.",   "aggregateRating": {     "@type": "AggregateRating",     "ratingValue": "4",     "reviewCount": "276",     "bestRating": "5",     "worstRating": "1"   },   "prepTime": "PT30M",   "totalTime": "PT1H",   "recipeYield": "8",   "nutrition": {     "@type": "NutritionInformation",     "servingSize": "1 medium slice",     "calories": "230 calories",     "fatContent": "1 g",     "carbohydrateContent": "43 g",</pre>

In questi diversi formati, detti serializzazioni, il dato che cerchiamo ha la forma usuale di un oggetto con un certo valore che soddisfa un predicato; si parla infatti di “triplette”: oggetto, predicato, valore. Oggetto e predicato dovrebbero essere sempre URI, il valore a volte non potrà che essere un numero o una stringa, ma se è a sua volta un’URI, tanto meglio.



Prendiamo l’RDFa riportato nella pagina precedente.  
L’oggetto è la nostra solita pagina web

```
"@id": "https://www.libreriauniversitaria.  
it/macroeconomia-prospettiva-europea-blanchard-olivier/libro/9788815265715"
```

a cui si può applicare la relazione denominata  
'description' (che i logici chiamano predicato)

```
"http://ogp.me/ns#description"
```

che ha il valore:

```
"@value": "Obiettivo del manuale - qui presentato in una nuova edizione radicalmente aggiornata anche nell'impianto teorico - è fornire una visione generale e integrata della macroeconomia post-crisi, adottando un modello di base che studia l'economia nel breve, nel medio e nel lungo periodo. Tale modello v..."
```

Graficamente:

Le relazione `http://ogp.me/#description` fa riferimento al vocabolario di entità e relazioni introdotte da OpenGraph Protocol (`http://ogp.me/`), ma ve ne sono altre forse anche più diffuse, ad esempio `https://schema.org`. In teoria chiunque potrebbe inventarsi la propria ontologia ma visto che gli argomenti di discussione sono abbastanza standardizzabili, OpenGraph e Schema.org sono i più utilizzati.



### *Conclusioni*

Sempre più applicazioni web forniscono dati. Dalle semplici visualizzazioni a sofisticati strumenti interattivi, il web contiene molte informazioni pubblicate da diversi editori. A questo si aggiunge che il web, inizialmente costruito prevalentemente per il consumo umano, è oggi sempre più pensato per una distribuzione automatica dei contenuti, utilizzato tanto da macchine quanto da lettori umani. Lo testimoniano lo sviluppo del numero di API disponibili<sup>7</sup>, e del *web scraping* quando queste non sono disponibili. I dati strutturati diventano quindi importanti, comunicano informazioni che altrimenti non sarebbero facilmente disponibili. Consentono di sviluppare una qualche modellazione e un vocabolario comune ai diversi contenuti così che tutti gli operatori possano avvantaggiarsene.

---

<sup>7</sup> <[https://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_API](https://en.wikipedia.org/wiki/Web_API)>.

## CLUEB EDIZIONI

Fondata nel 1959 come Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, oggi Clueb pubblica manuali per l'università, monografie di ricerca specialistica e testi di saggistica. Il catalogo, ricco di oltre 2000 titoli, si è sviluppato verso tutte le discipline e verso campi d'interesse non strettamente legati all'università, come la narrativa e l'alta divulgazione.

Le numerose collane, in collaborazione con dipartimenti e docenti universitari, approfondiscono temi di interesse didattico e stimolano la formazione e l'aggiornamento nel mondo delle professioni. La sessantennale esperienza di Clueb in ambito accademico consente di proporre volumi di carattere teorico, ma anche pubblicazioni di ausilio tecnico per studenti, operatori culturali e professionisti di vari settori. I testi si avvalgono spesso di supporti multimediali allo scopo di fornire strumenti audio-visivi e interattivi per l'apprendimento e la consultazione, per suggerire percorsi di lettura e di approfondimento, per aggiungere ai volumi un corredo di immagini e filmati che arricchiscono il formato cartaceo. A partire dai primi anni duemila, infatti, la casa editrice ha iniziato a esplorare il campo dell'editoria digitale, attraverso sussidi e contributi multimediali di vario genere che accompagnano i manuali accademici. Sul sito è presente una piattaforma dedicata, Clueb Tutor, in cui queste risorse sono liberamente accessibili e suddivise per pubblicazione di riferimento, permettendo l'integrazione della lettura della stessa con materiali digitali come file audio, video o test online.





# IL PROGETTO BITES

Valentina Saraceni

Prima di osservare nel dettaglio il progetto BITeS<sup>1</sup> (Biblioteca Italiana Testi e Studi), in cui siamo coinvolti noi di Edizioni di Storia e Letteratura come editori e Paola Italia con un gruppo di docenti di atenei italiani come ideatori e in qualità di comitato scientifico, è necessaria una breve premessa. È bene cioè delineare in poche parole le caratteristiche della nostra realtà editoriale, molto diversa da Zanichelli per tipologia di produzione, per dimensioni e per target di utenti a cui si rivolge.

Siamo una casa editrice in attività dalla metà degli anni quaranta del Novecento, che si occupa di ricerca e di erudizione in ambito umanistico; una casa editrice che viene comunemente definita “di nicchia” perché si rivolge a un numero per forza limitato di lettori: coloro cioè che non solo hanno uno specifico interesse per i temi trattati dai nostri titoli, ma che nel nostro catalogo ritrovano strumenti utili alla loro attività di studio e di indagine. La nostra produzione riguarda in particolare l’ambito della filologia, classica e moderna, della storia, della bibliografia, della storia della filosofia.

---

<sup>1</sup> Il progetto BITeS è stato presentato il 10 marzo 2017 a Padova, presso il Palazzo del Monte di Pietà (<<http://bitesonline.it/info/progetto>>).

Dal 2013 mettiamo a disposizione a pagamento sul nostro sito la versione digitale “solida”, cioè il PDF, di ogni libro cartaceo che produciamo. Il nostro libro digitale, come tutti gli ebook, consente di fare ricerche all’interno del testo e di avere a disposizione il sommario navigabile, che rende possibile accedere direttamente al capitolo o al paragrafo di interesse. Si tratta di una differente modalità di fruizione rispetto al libro cartaceo, la cui consultazione può richiedere, in alcuni casi, un maggiore impegno “fisico”. Lo studioso ha, così, la possibilità di personalizzare le proprie ricerche, creando per esempio un indice dei nomi e degli argomenti a seconda del proprio interesse di studio e delle linee di ricerca che in quel momento sta conducendo.

Nel 2012, su invito di Paola Italia e dei suoi colleghi e colleghe del gruppo BITeS, abbiamo deciso di entrare a far parte del progetto, che ha caratteristiche che lo rendono molto innovativo nel panorama editoriale italiano e in particolare per noi.

BITeS nasce dalla collaborazione tra tre entità molto diverse tra loro: un gruppo di studiosi e ricercatori universitari dislocati sul territorio italiano ed esperti in vari ambiti disciplinari (dalla storia della letteratura, alla filologia italiana, alla storia della lingua ecc.); Edizioni di Storia e Letteratura, un editore tradizionale e accademico; e infine una società di sviluppo di applicazioni web, specializzata in editoria digitale e open source.

In un’epoca in cui la qualità scientifica ed editoriale viene spesso sacrificata a favore della velocità con cui si fa uscire un libro o un articolo, dovremmo qui aprire una

parentesi sul ruolo dell'editore: non un mero stampatore, ma un soggetto che sceglie e che aiuta il lettore nella scelta. L'editore deve fornire garanzie ed essere un punto di riferimento culturale per i propri lettori, e questo non cambia sia che si tratti di libro cartaceo sia che si tratti di libro digitale.

Ciò che ci ha molto incuriosito e interessato nel progetto BITeS è l'obiettivo, che è quello di mettere a disposizione della comunità di studenti, studiosi e lettori interessati, in accesso aperto, testi della nostra letteratura in edizioni critiche certificate, perché condotte con criteri scientifici. In questo modo, chiunque volesse consultare i testi on line, potrà essere sicuro di trovare un'edizione scientificamente affidabile, come le edizioni critiche nazionali per esempio, potendo leggere un testo che è il frutto di una ricerca filologica condotta con criteri riconosciuti e condivisi.

Per questi motivi il progetto BITeS si sposava con la nostra idea di editoria.

Nella collana sono destinati a trovare posto testi della tradizione letteraria italiana che coprono un arco cronologico molto esteso, dai rimatori del Trecento fino agli autori più vicini a noi: come per esempio l'ultimo nato della collana, l'edizione di *Giovani*<sup>2</sup>, l'unica raccolta di novelle approvata e licenziata dall'autore Federico Tozzi, parte dell'Edizione Nazionale delle sue opere.

---

<sup>2</sup> F. TOZZI, *Giovani*, a cura di P. Salatto, prefazione di R. Luperini, Roma, Edizioni di Storia e Letteratura, 2018 (<<http://bitesonline.it/giovani>>).

La vera rivoluzione che il digitale sta portando nell'ambito dell'editoria accademica è però l'accesso aperto (Open Access, OA): vale a dire la possibilità di accedere in rete gratuitamente ai testi e agli studi frutto della ricerca, in particolare di quella finanziata con fondi pubblici, nazionali ed europei.

Ricordiamo che il movimento internazionale per l'accesso aperto ai contenuti della ricerca<sup>3</sup> – già vivo alla fine degli anni Novanta, ma che ha espresso ufficialmente le proprie linee guida in particolare con la dichiarazione di Berlino del 2003<sup>4</sup> – sta portando l'editoria e la produzione della ricerca accademica verso una sempre maggiore condivisione del sapere, aperta, accessibile e gratuita per tutta la comunità.

Ritengo che questa sia la vera rivoluzione del digitale, impensabile e impraticabile con la produzione solo ed esclusivamente cartacea: un contenuto digitale può essere immediatamente disponibile on line, accessibile un attimo dopo che un testo sia stato effettivamente prodotto e confezionato e può avere una diffusione molto più ampia, grazie alla facilità di comunicazione e alla rapidità che la rete offre.

Per le Edizioni di Storia e Letteratura la partecipazione a questo progetto è stata ed è l'occasione di sperimentare la sostenibilità economica di un modello nuovo di editoria e di interrogarci sul futuro dell'editoria di ricer-

---

<sup>3</sup> Il movimento globale Open Access si propone di fornire l'accesso on line gratuito alla letteratura scientifica e accademica (<<https://oaspa.org>>).

<sup>4</sup> <<https://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration>>.

ca accademica con l'accesso immediatamente disponibile, aperto e gratuito ai contenuti. La nostra produzione è sostenuta dai contributi alle pubblicazioni che i docenti universitari hanno a disposizione. Si tratta dunque di libri che hanno un finanziamento a monte e ciò è necessario in quanto noi, come editori di ricerca, non possiamo contare soltanto su una diffusione commerciale che garantisca la sopravvivenza economica e finanziaria alla struttura della nostra casa editrice, in cui operano diverse persone, con competenze specifiche per la buona riuscita di un volume e per la sua diffusione. L'accesso aperto potrebbe far venir meno una fetta di rientro economico proveniente dalle vendite dei libri, ma è tutto ancora da verificare.

Un altro aspetto relativo al tema del nostro incontro, *Il libro digitale*, è quello di sfruttare le potenzialità di un diverso supporto, che non sia soltanto la copia “virtuale” di un libro cartaceo. Per esempio, un'edizione digitale potrebbe essere arricchita da una serie di strumenti che sarebbe impossibile condensare nella sua pubblicazione cartacea (immagini di manoscritti a confronto, link alle biblioteche in cui sono conservati, riferimenti testuali con la possibilità di rimando e visualizzazione e molto altro). Ma un progetto del genere – che pure abbiamo tentato di mettere in cantiere – richiede un investimento economico al di fuori della nostra portata.

Edizioni di Storia e Letteratura, come la maggior parte delle case editrici accademiche e di ricerca – ben lontane dalla realtà di oligopoli come Elsevier, che sono stati protagonisti di accesi dibattiti e confronti negli ulti-

mi anni – non ha a disposizione risorse né pubbliche né private per dare l'avvio a una nuova filologia sempre più digitale.

La sfida è dunque quella di sviluppare modelli anche economici e produttivi che consentano di rendere sostenibile l'accesso aperto; un principio sicuramente da abbracciare, in quanto la diffusione del sapere e la possibilità della sua immediata condivisione sono elementi che garantiscono il progresso negli studi grazie a una facilitata diffusione e un'immediata verificabilità dei risultati.

Ne consegue che il ruolo degli editori e dei produttori di cultura assume paradossalmente una maggiore rilevanza, perché, in un ambiente completamente aperto e libero come la rete, una selezione iniziale diventa quanto mai necessaria per evitare che la qualità della produzione scientifica si abbassi irrimediabilmente.

A esemplificazione del progetto, vi presento il nostro primo testo pubblicato, cioè *Il Gierusalemme* di Torquato Tasso<sup>5</sup>. Nel sito BITeS, attraverso un reader si può accedere all'edizione del testo in formato libro liquido, perciò senza un'impaginazione fissa. Il formato digitale permette al lettore di accedere all'indice del volume, leggere le note di commento, che si aprono a piè di pagina, e le note filologiche, che sono indicate con dei piccoli riquadri nel testo.

Il libro liquido digitale può facilitare la lettura consentendo, per esempio, di aumentare la grandezza del

---

<sup>5</sup> T. TASSO, *Il Gierusalemme*, a cura di G. Baldassarri, Roma, Edizioni di Storia e Letteratura, 2013 (<<http://bitesonline.it/il-gierusalemme>>).

corpo oppure di cambiare il colore di fondo per aumentare la leggibilità.

I testi sono disponibili anche in formato PDF e in questo modo il lettore ha la libertà di scegliere la modalità di lettura che preferisce in quel momento, conservando la possibilità di acquistare il libro fisico attraverso il sito della nostra casa editrice o in libreria. Si favorisce in questo modo l'integrazione delle diverse modalità di lettura, un notevole ampliamento di possibilità, per chi studia o fa ricerca, che può utilizzare un supporto o un altro a seconda degli obiettivi.

Nonostante la paura umana di fronte all'ignoto e le legittime preoccupazioni sul ruolo degli editori accademici in questo nuovo panorama dell'open access, sono indubbie e da valorizzare le potenzialità del digitale nell'allargare la possibilità di accesso a contenuti di cultura e di ricerca.

Quel che ci compete è, facendo tesoro di queste possibilità, lavorare sul nostro ruolo di selezione, verifica e controllo, di cui solo l'editore può essere garante.



# L'OPEN ACCESS NELL'EDITORIA SCIENTIFICA

Paola Italia

Il progetto BITeS nasce dall'esigenza di offrire testi certificati e in open access.

Da molto tempo cerco di sensibilizzare i lettori digitali sulla certificazione dei testi in rete. Facciamo un esempio. Se voglio leggere un passo dei *Promessi sposi* e digito su Google: «Promessi sposi testo», mi comparirà un numero altissimo di siti consultabili, dei quali solo due o tre davvero autorevoli. Sono autorevoli, perché dichiarano quale edizione dei *Promessi sposi* sto leggendo. Uno di questi è il sito di Zanichelli che abbiamo visto, che ha messo a disposizione alcuni testi di letteratura in open access dando anche indicazioni sulla provenienza del testo; un altro invece è Biblioteca Italiana, un altro grande *repository* di testi classici italiani<sup>6</sup>. Queste due risorse, tuttavia, non compaiono tra i primi risultati su Google, non sono indicizzate e perciò io, lettore, devo sapere che esiste Biblioteca Italiana, cercare il sito Biblioteca Italiana entro cui trovare l'autore Manzoni, e, infine, accedere al testo.

È grave che gran parte dei lettori intensivi, cioè

---

<sup>6</sup> <<http://www.bibliotecaitaliana.it>>.

coloro che cercano un testo per studiare o fare approfondimenti o svolgere lavori di ricerca, non abbia la possibilità di discernere quali siano i testi certificati, esattamente come accade con le etichette dei cibi: non compreremmo mai un cibo che non avesse l'etichetta con una certificazione di provenienza degli ingredienti. Questa consapevolezza, così diffusa ora per i cibi, non l'abbiamo per i testi.

Ma il progetto BITeS non è nato solo per rispondere alla necessità di avere testi in rete autorevoli e affidabili, ma anche per poterli leggere liberamente. Il movimento per l'Open Access, ricordato da Valentina Saraceni, è diventato un imperativo per tutti i prodotti della ricerca finanziata con fondi nazionali o con fondi europei. Proprio in previsione di quello che sarebbe diventato negli anni successivi un obbligo, con amici e colleghi di vari atenei abbiamo cominciato a ragionare su una forma di libro destinato al lettore universitario e, più in generale, al lettore intensivo. Un libro che avesse una versione cartacea e digitale e fosse disponibile alla libera consultazione.

Nella scelta dei testi sono state predilette le opere degli autori che normalmente l'editoria tradizionale non accoglie. Nel catalogo sono infatti presenti anche nomi meno noti, quali Gregorio d'Arezzo, Luigi Clasio e Giovan Vincenzo Imperiale, testi che non sarebbero mai stati pubblicati senza cospicui finanziamenti. Per ammortizzare i costi di produzione e svincolare la pubblicazione di un libro dall'adozione del testo in un corso universitario, ci siamo occupati del segmento del flus-

so editoriale che riguarda l'editing e l'impaginazione, consegnando all'editore il testo pronto, già in formato PDF con i crocini di stampa. Abbiamo così permesso la pubblicazione e la conseguente fruibilità di testi importanti per la nostra letteratura, testi che rappresentano momenti cruciali, di snodo, per alcuni generi letterari e abbiamo fornito edizioni scientifiche aggiornate per opere la cui edizione più recente era ottocentesca, non facilmente reperibile.

A tutt'oggi sono stati pubblicati dieci volumi di testi, un volume di saggistica, e abbiamo accolto due edizioni nazionali. Quest'ultimo in particolare è un elemento di grande importanza, ma anche di grande responsabilità perché – come sapete – l'edizione nazionale viene riservata solo ai grandi autori ed è finanziata con fondi pubblici. Ospitare in questa forma l'edizione nazionale di Francesco Guicciardini<sup>7</sup> e ora di Federigo Tozzi<sup>8</sup>, osando nel secondo caso questa formula digitale verso un autore del Novecento, è già un segnale positivo.

La nostra scelta è caduta su Edizioni di Storia e Letteratura per la qualità editoriale e scientifica dei loro prodotti editoriali. L'aspetto estetico di un libro è molto importante; è il risultato di una tradizione tipografica ed editoriale che affonda le radici in Aldo Manuzio ed è sempre da tenere presente: pubblicare un libro non vuol dire stampare un file testo in Times New Roman

---

<sup>7</sup> F. Guicciardini, *Le lettere*, a cura di P. Moreno e P. Jodogne, Roma, Edizioni di Storia e Letteratura, 2018 (<<http://bitesonline.it/le-lettere>>).

<sup>8</sup> Cfr. nota 2.

corpo 12 / note corpo 10, impaginato senza titoli correnti, o privo di indice sommario o indice dei nomi. Il libro deve mantenere una propria bellezza e i libri della collana BITeS, oltre a potere essere letti nella versione PDF o reader, hanno, nella loro dimensione cartacea, un valore estetico. Lo studioso, constatando la qualità scientifica dell'edizione digitale, potrà anche desiderare quel particolare libro nella propria biblioteca, perché – come abbiamo visto nella relazione di Ferrari e Gabusi – la lettura intensiva sul formato cartaceo è più agevole. Non si tratta solo di un problema di concentrazione, ma dell'orientamento/disorientamento nello spazio-libro. Posso portare un esempio diretto di questo disorientamento. Quest'anno ho adottato un manuale di letteratura italiana a cui ho collaborato, e di cui possiedo quindi il PDF: mi sono resa conto che quando preparo le lezioni sul PDF durante le lezioni non seguo la scaletta che ho preparato; quando non ho sottomano il manuale, nonostante sia un testo che ho scritto io, mi sento disorientata. Probabilmente, non essendo un nativo digitale, non ho ancora imparato a muovermi in un formato digitale.

La novità di questa collana, però, non è costituita solo dalla possibilità di leggere il testo gratuitamente in formato PDF, ma anche di leggerlo in formato digitale “liquido”. Progettando una collana digitale, è stato necessario pensare a una forma di visualizzazione che non replicasse il formato libro, ma introducesse un nuovo formato in grado di sviluppare un nuovo “rapporto di lettura”, svincolato dal rapporto spaziale alto/basso del

testo cartaceo. Un formato che non perdesse la facilità e rapidità di consultazione, ma anzi la migliorasse, permettendo la visualizzazione contemporanea di due livelli di testo: quello al piede, con maggiore spazio, vincolato al testo dal legame delle note, e quello laterale, sempre vincolato al testo, ma disposto in forma verticale, e adatto quindi ad accogliere annotazioni più brevi.

Le caratteristiche di questo formato sono ispirate a criteri di semplicità di consultazione e interoperabilità, e vengono da un'esperienza condivisa, tra il comitato scientifico e l'editore, nella realizzazione di edizioni scientifiche, e nella pubblicazione di testi che mantengano, nella veste editoriale, quella eleganza e razionalità che proviene, soprattutto in Italia, da una lunga collaborazione tra editori e filologi.

The screenshot shows a digital edition interface. At the top, there is a dark header with a menu icon, the text "BIT&S LETTERE", and a "Home" button. Below the header, there is a search bar and a toolbar with icons for "Indice", "PDF", "Info", "File", "Testo grande", "Testo piccolo", "Full screen", and "Stampa". The main text area displays a passage from a letter, with a footnote at the bottom. The footnote is enclosed in a box and contains a detailed reference to the source of the text. On the right side, there is a sidebar with a "Note Filologiche" section and a "5 [essermi] d'essermi" section. The text in the main area is partially obscured by the sidebar and the footnote box.

BIT&S LETTERE Home

[4] Ma, o che ogni mia virtù è così occupata dalla

per gli occhi d'apparire in faccia a così generosi occhi come i vostri sono, per potere che io abbia, non posso dalle oscure parti della mia penna sospingere in chiara luce, non ho ancora avuto tanto di forza di formarle sì bene che io credessi, non dirò pienamente, ma pure in parte, di potervi ringraziare. [5] Per la qual cosa, infino a tanto che forse un giorno, rassicurato dalla grande

Note Eseguitiche 64

Note Filologiche

5 [essermi] d'essermi

<sup>1</sup>. *Opere varie critiche*, pp. 99-100 (ignoto l'autografo). È probabile che Muratori abbia letto (ed esemplato) la lettera nelle *Vite dei modenesi illustri* di Francesco Forciroli; tuttavia l'edizione moderna dell'opera (Forciroli, *Vite*, pp. 134-135), basata su un apografo seriore (allegato nel 1767 da Matteo Pagliaroli, oggi conservato in una collezione privata, non sembra testualmente più affidabile. Queste, comunque, le poche varianti significative: 4 virtù] virtù; per potere che io abbia] pur potere che io abbia; sospingere] sospingere; formarle] formarla. 6 Valentini] Valentino. 7 ritornata in luce] ritornate in luce. 8 Modena] Modona. Per la proposta di rettifica del destinatario, rimando a Garavelli, *Lodovico Castelvetro*

## EDIZIONI DI STORIA E LETTERATURA

Le Edizioni di Storia e Letteratura stamparono il loro primo volume nel 1943, in seguito alla decisione del fondatore, don Giuseppe De Luca, di dare vita a un'editoria di alta filologia ed erudizione. Il tratto distintivo delle Edizioni è sempre stato, infatti, la particolare attenzione alla ricognizione di tutte le testimonianze e il rigoroso accertamento dei fatti con l'obiettivo di promuovere una corretta valutazione del patrimonio sia di ambito civile sia di ambito religioso.

Le Edizioni di Storia e Letteratura forniscono ai lettori una navigazione sicura e fondata su ricerche di valore, ponendo una rigorosa attenzione al libro. Il catalogo si focalizza sulle scienze umanistiche, spaziando dalla filologia classica e umanistica alla storia medievale, moderna e contemporanea, dalle scienze documentarie alla filosofia, dalla storia delle religioni alle letterature europee e si differenzia, inoltre, per l'attenzione alla memorialistica.

Alla tradizionale collana maggiore, in cui si trovano autori come Billanovich, Campana, De Sanctis, Dionisotti, Kristeller e Momigliano, e alle collane di ampio respiro create da De Luca, ad esempio "Lecture di Pensiero e d'Arte", "Sussidi eruditi", "Temi e testi", si sono affiancati, negli ultimi anni, progetti avviati con la collaborazione di prestigiose istituzioni culturali. Rimane ferma la volontà delle Edizioni di contribuire all'editoria di cultura con un forte spirito di libertà, alieno da ogni preclusione ideologica e culturale.

# POSTFAZIONE



# IL TESTO AL CENTRO

Maria Villano

Nell'universo frastornato di libri, di comunicazioni, di valori che spesso sono pseudovalori, di informazioni (vere e false), di sciocchezze, di lampi di genio, di forsennatezze, di opache placidità, io mi rifiuto di far parte della schiera dei tappezzieri del mondo, degli imballatori, dei verniciatori, dei produttori di «mero superfluo». Poiché la micidiale proliferazione della carta stampata rischia di togliere alla funzione di editore qualsiasi senso e destinazione, io ritengo che l'unico modo per ripristinare questa funzione sia una cosa che, contro la moda, non esito a chiamare «moralità»: esistono libri necessari, esistono pubblicazioni necessarie<sup>1</sup>.

A leggere le parole che Giangiacomo Feltrinelli scrisse poco più di cinquant'anni fa e a metterle a confronto con le testimonianze degli editori raccolte in questo volume, verrebbe da dire che la situazione non è cambiata poi molto da allora. La «moralità» di cui parla Feltrinelli, reinterpreta in chiave moderna, è necessità ancora cogente, un'urgenza avvertita in modo tanto più estremo quanto più, oggi, alla «proliferazione della carta stampata», in questo «universo frastornato

---

<sup>1</sup> Giangiacomo Feltrinelli, 1967 in C. FELTRINELLI, *Senior Service*, Milano, Feltrinelli, 2007 (prima edizione: 1999), pp. 272-273.

di libri, di comunicazioni», si aggiungono le possibilità – e quindi le pratiche – di self publishing: con buona pace dell’editing, del controllo sul testo, delle norme redazionali, è un fatto che oggi chiunque, grazie a piattaforme digitali (come *ilmiolibro.it* o *youcanprin.it*, per citare solo due dei molti esempi disponibili), ha la possibilità di farsi autore ed editore. Benché poi i prodotti di un simile processo restino – come sottolinea Paola Italia nella sua introduzione – confinati in una realtà amatoriale, è innegabile che nella sensibilità comune vada scomparendo la figura dell’editore, percepita come inutile intermediazione tra un promesso scrittore e la realizzazione del suo sogno.

E che questa sia una tendenza generale, dettata purtroppo anche dalle contingenze economiche di un settore perennemente in crisi, lo si riscontra persino nell’editoria scientifica, dove – finita l’epoca della proficua collaborazione tra accademia e mondo editoriale – per pubblicare le ricerche i fondi sono condizione non solo necessaria, ma spesso anche sufficiente perché un’opera entri nel catalogo di un editore<sup>2</sup>. Non è raro che l’autore si trovi in questi casi nella condizione di *factotum*, cui sono demandate tutte le responsabilità

---

<sup>2</sup> È quanto paventa Paola Italia nel suo *Editing 2000* (Roma, Salerno, 2020, in corso di stampa; ringrazio l’autrice per avermi consentito di leggere il testo in anteprima): «Una soluzione “autarchica” che porterebbe a ridurre consistentemente il costo delle edizioni, ma che avrebbe sicuramente un costo, perché l’eccellenza dell’editoria scientifica è sempre risultata dalla collaborazione tra diverse competenze, che hanno garantito non solo la gestione del flusso di lavoro tecnico, ma anche la sua standardizzazione. Condizione necessaria per la valutazione scientifica».

inerenti gli aspetti redazionali e qualche volta anche grafici della pubblicazione<sup>3</sup>.

Come si legge nei contributi qui raccolti, l'avvento del digitale ha aperto d'altra parte anche nuove prospettive, nuove domande e nuovi problemi sia per gli editori sia per i lettori. Prima fra tutti un'accessibilità dei testi prima impensabile, che, se da una parte costituisce una risorsa di inestimabile valore, dall'altra richiede al lettore una consapevolezza non comune sull'attendibilità delle fonti, consapevolezza che sembra esser perduta non solo a causa dell'alluvione digitale:

Un lettore che da un lato si fa sempre più consapevole del proprio diritto a un'informazione chiara e trasparente, acquista prodotti solo dopo averne vagliato la conformità a parametri condivisi, sceglie attentamente i propri beni di consumo previo studio comparato della loro composizione chimica (dichiarata obbligatoriamente per legge), e dall'altro accetta di leggere libri privi di qualsiasi indicazione di provenienza (sono tali i racconti pubblicati in una collana ad altissima tiratura, *Racconti d'autore*, distribuita dal «Sole 24 Ore»), impaginati e stampati per essere immediatamente mandati al macero (purché possano però rientrare nel budget di fatturato), trascurati, ovvero mal-curati, pubblicati senza che nessun redattore se ne sia presa cura: libri usa e getta, di rapida diseducazione culturale<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> È problema sollevato da Giulia Raboni in *Filologismo e bulimia. Note sulle edizioni dei carteggi contemporanei (di Sereni in particolare)*, in *Editori e filologi. Per una filologia editoriale*, a cura di Paola Italia e Giorgio Pinotti, in "Studi (e testi) italiani", 33 (2014), p. 102.

<sup>4</sup> P. ITALIA, *Il lettore Google*, in "Prassi ecdotiche della modernità letteraria", 1 (2016), p. 14.

È pur vero che in Italia, come dimostrano le esperienze raccolte in questo volume, il lettore – nella fattispecie il lettore-tipo dello studente universitario – cerca ancora in massima parte la carta, soprattutto quando deve applicarsi per l'apprendimento. E, come spiega Maryanne Wolf negli studi che ha citato Giuseppe Ferrari<sup>5</sup>, la lettura su carta reca con sé la possibilità di sviluppare aree e capacità del cervello altrimenti inattive. Quel che è chiaro, dunque, è che – esattamente come fu per Gutenberg, per cui il libro nacque come imitazione del manoscritto per diventare poi un prodotto radicalmente diverso – concepire il digitale come una trasposizione esatta della carta su schermo è una strada fallimentare. Viceversa, le possibilità di integrazione di diversi media che il digitale mette in campo – il “libro liquido” sperimentato nell'editoria scolastica, di cui parlano Ferrari e Gabusi (pp. 23-46) – sono senza alcun dubbio il punto di forza sul quale poter sviluppare prodotti editoriali che hanno poco a che vedere con il libro tradizionalmente concepito, se non la necessità di mantenere saldamente al suo posto l'editore nel suo ruolo di mediatore culturale, che si occupa del progetto e che ha a cuore da una parte il lettore e dall'altra il testo, o – per meglio dire nel caso del digitale – il contenuto, in qualunque forma esso si presenti.

È proprio in questo momento che il ruolo dell'editore si riscopre dunque fondamentale: se all'epoca di Giulio

---

<sup>5</sup> M. WOLF, *Proust e il calamaro. Storia e scienza del cervello che legge*, Milano, Vita e Pensiero, 2014 e il più recente EAD., *Letture vieni a casa*, Milano, Vita e Pensiero, 2018.

Einaudi la necessità era quella di intercettare i gusti del lettore, di orientarli, e addirittura di costruirli – lì stava la «felicità» di fare i libri<sup>6</sup> – ora compito principale dell'editore sembra essere una rieducazione: alla lingua innanzitutto, alla filologia – come forma mentis di controllo delle fonti, di vaglio delle fake news –, all'etica della correttezza<sup>7</sup>.

Il problema del controllo sul testo, della qualità del lavoro redazionale innanzitutto, è di stringente attualità per l'editoria. L'esternalizzazione del lavoro redazionale da parte delle case editrici ha provocato un progressivo abbassamento della qualità dei prodotti editoriali offerti ai lettori e l'immissione sul mercato di libri con errori di senso, talvolta dovuti all'ignoranza dei redattori (ma più spesso all'assenza di un vero e proprio lavoro redazionale), banalizzazioni di termini desueti, percepiti come errori, nomi confusi negli indici dei nomi (quando ci sono), indici che non corrispondono al contenuto, note in cui compaiono nomi esclusi dagli indici, bibliografie

---

<sup>6</sup> Così conclude Giulio Einaudi la famosa intervista concessa a Severino Cesari: «Ultimo tra i compiti dell'editoria di cultura per i prossimi vent'anni mi pare il recupero della felicità. [...] Bisogna che il gruppo editoriale, in una casa editrice di cultura, sia tutto partecipe, conosca tutto quello che si progetta, senta come proprio il progetto comune [...]. Solo grazie alla partecipazione di tutti, autori, redattori, consulenti e manager, si riesce a caratterizzare una casa editrice e a costruire un pubblico, un lettore, il lettore che “si fida” di ogni libro che fai» (S. CESARI, *Colloquio con Giulio Einaudi*, Roma-Napoli, Theoria 1991; qui Torino, Einaudi, 2007, p. 224).

<sup>7</sup> Paola Italia propone, a questo proposito, l'istituzione di una «certificazione di garanzia» dei testi in rete», resa possibile solo grazie all'«interazione tra editori e filologi» (P. ITALIA, *Introduzione*, in *Editori e filologi. Per una filologia editoriale*, cit., p. 14).

inesistenti, maiuscole e minuscole distribuite a casaccio, fino a casi di sciatteria grafica, con vedove, orfani e righini che affiorano qua e là tra le pagine.

Domenico Scarpa ne parla, con squisita ironia, nel suo contributo militante *Il plusvalore di un libro ben fatto*:

Nelle stazioni ferroviarie italiane chi fa il biglietto alla macchina automatica vedrà comparire a fine operazione sullo schermo illuminato la scritta RITIRARE IBIGLIETTI: quando lo correggiamo questo errore – questa piccola sciatteria dalla voce autoritaria – che ci infelicità ormai da anni? Proviamo a immaginare un film del Nanni Moretti prima maniera, protagonista uno psicopatico che va in giro a uccidere i seminatori di doppi spazî: un omino sgualcito che toglie di mezzo i candidati al Parlamento che nei cartelloni tre metri per sei lasciano scrivere con l'accento acuto la copula del verbo essere: è. Il film (promemoria per lo sceneggiatore: trovare l'arma appropriata) incasserebbe poco ma diventerebbe la bandiera dei pochi redattori editoriali «come ce n'erano una volta», esasperati dalla guerriglia contro il lavoro malfatto<sup>8</sup>.

E se il passaggio dalla carta al digitale non è solo una questione di mutamento di supporto e la trasformazione della forma-libro porta con sé anche una modificazione radicale del progetto, dell'organizzazione dei contenuti, dei contenuti stessi, del flusso di lavoro, la formazione dei nuovi professionisti dovrà di necessità prevedere una rosa di nuove competenze che tuttavia non potranno

---

<sup>8</sup> D. SCARPA, *Il plusvalore di un libro ben fatto*, in AA.VV., *dove siamo? nuove posizioni della critica*, Palermo, duepunti edizioni, 2011, p. 112.

sostituire quelle tradizionalmente necessarie per lavorare in editoria.

Da qui nasce la necessità di percorsi formativi aperti al digitale, che offrano competenze tecniche nuove senza dimenticare la necessità che nelle case editrici prendano servizio nuove generazioni in grado di creare, valutare, gestire contenuti di qualità e da questa esigenza è nato il progetto didattico del Laboratorio di editoria digitale proposto agli studenti di Digital Humanities dell'Università di Bologna.

Chi abbia varcato almeno una volta la soglia di un'aula gremita di studenti che sognano di far parte del mondo dell'editoria da professionisti sa quanto ancora – incredibile a dirsi – il lavoro editoriale sia in parte misconosciuto: l'editore è un'eminenza grigia, una figura che tende a scomparire, in un momento in cui chiunque ha – almeno in teoria, come si è visto – a disposizione tutti gli strumenti per autopubblicarsi. Esiste una fascinazione per il mondo dell'editoria che tuttavia non corrisponde a una reale conoscenza di ciò che sta dietro la pubblicazione di un libro, né a un'idea delle diverse competenze che operano all'interno di una realtà editoriale, con una confusione generale tra scrittura, editoria, giornalismo, il tutto avvolto da un'aura di romantica idealizzazione<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> È quanto ho potuto verificare durante il lavoro svolto insieme a Velania La Mendola, dal 2008 al 2016, per il coordinamento del Laboratorio di editoria di Roberto Cicala attivo nella facoltà di Lettere e filosofia dell'Università Cattolica di Milano e, dal 2015, con il Laboratorio di redazione presso il Master Professioni e prodotti dell'editoria dell'Università di Pavia. In entrambi i casi l'esito

Quello che agli studenti viene subito chiarito nelle prime lezioni è che all'interno di una casa editrice opera una variegata serie di professionisti chiamati a mettere in campo competenze e conoscenze in molti e diversi ambiti: competenze di tipo tecnico (redazionale, grafico, di comunicazione), competenze di tipo gestionale-economico, giuridico, oltre naturalmente a una buona attrezzatura – indispensabile per tutte le professioni – in senso lato culturale.

Un dato curioso è che se alla prima lezione si chiede a ciascuno dei partecipanti al corso di esprimere una preferenza sul tipo di lavoro che vorrà svolgere in una casa editrice una volta terminato il percorso di formazione, di norma almeno l'80% dei presenti risponderà di volersi occupare di redazione o di editing, del testo insomma (senza aver ancora chiara la differenza tra le due cose naturalmente). Le percentuali relative alle aspirazioni lavorative sistematicamente si ribaltano a fine corso: dopo aver scoperto cos'è la redazione, cosa vuol dire occuparsi di un testo e controllarlo in tutti i suoi aspetti, quasi nessuno se la sente di prendersi tanto carico, salvo poi dirigere le proprie mire verso professioni che si ritengono esenti dagli scrupoli di correttezza e cura della scrittura e ci si ritrova con decine di aspiranti addetti stampa in fuga dalla redazione<sup>10</sup>.

---

dell'iter di formazione è un libro – pubblicato rispettivamente nella collana dei “Quaderni del Laboratorio di Editoria” e nei “Quaderni del Master di Editoria” – interamente realizzato dagli studenti, che ne seguono tutte le fasi di allestimento fino alla cura degli eventi di presentazione.

<sup>10</sup> Proprio dalla necessità crescente di formazione degli addetti

Per quanto riguarda la gestione dei testi, colpisce inoltre come lo strumento informatico tradizionale sia da parte dei millennials – o, peggio ancora, della generazione Z, abilissima nell'uso dei social network – quasi completamente sconosciuto come strumento di lavoro: banalmente, l'uso di Word o di programmi di videoscrittura è, in linea generale, a livelli molto bassi.

Anche per questa ragione il lavoro proposto agli studenti con il Laboratorio di Editoria digitale connesso al ciclo di incontri con gli editori organizzati in collaborazione con Unipol presso il Cubo è stato strutturato sulla base delle fasi di progettazione e di produzione di un libro, che è proprio il presente volume, interamente realizzato a cura degli studenti; un laboratorio progettato e realizzato con un'attenzione particolare alla fase imprescindibile della gestione del testo.

Partendo dai contenuti che si avevano a disposizione – le registrazioni delle relazioni degli editori – l'idea è stata quella di progettare insieme agli studenti un sommario e di affidare poi loro la sbobinatura delle relazioni e un editing di base che consentisse di trasformare testi pensati per l'oralità in contributi adatti alla stampa. Con la generosa collaborazione degli autori, che hanno rivisto, integrato e corretto il lavoro degli studenti, è stato

---

alla comunicazione in ambito editoriale è nato presso l'Università Cattolica di Milano il master *Booktelling. Comunicare e vendere contenuti editoriali* diretto da Edoardo Barbieri e progettato e coordinato da Paola di Giampaolo, che è anche autrice, insieme a Enrico Guida, di un libro su un argomento fondamentale per la diffusione del libro digitale: *I metadati. Come vendere meglio libri e ebook*, Milano, Editrice Bibliografica, 2017.

così possibile ottenere testi che, pur conservando la loro matrice orale, offrono al lettore – un lettore certamente interessato all’argomento, ma non necessariamente uno specialista – la possibilità di comprendere appieno quanto espresso grazie anche a un essenziale apparato di note bibliografiche allestito a cura degli studenti-curatori, che alla fine di ogni intervento hanno aggiunto brevi schede relative alle realtà editoriali di provenienza di ciascuno dei relatori.

La seconda fase è stata quella dell’uniformazione redazionale: lavorando ancora sui file di Word, e dopo alcune ore di lezione frontale dedicate all’illustrazione delle più comuni norme redazionali – con l’avvertenza che, fatte salve alcune regole di base, ogni casa editrice può adottare i propri criteri –, gli studenti hanno provveduto alla pulizia tipografica e redazionale, con l’applicazione degli stili, con l’obiettivo di arrivare ad avere testi pronti per l’impaginazione.

Un paio di lezioni sono state dedicate alla formazione di base per l’uso di Adobe InDesign, programma professionale generalmente in uso nelle case editrici, che consente l’esportazione del libro in diversi formati, tra i quali il PDF per la stampa e l’ePub per il digitale. Il lavoro in InDesign è un passaggio non banale, che comporta competenze specifiche di grafica che, a partire da nozioni di base come la sezione aurea, consente anche di sviluppare e affinare il gusto per il bel libro<sup>11</sup>: non si

---

<sup>11</sup> Si può vedere in proposito D. BARONI, *Un oggetto chiamato libro. Breve trattato di cultura del progetto*, Milano, Sylvestre Bonnard, 2009 (nuova edizione: Milano, Longanesi, 2017).

tratta di leziosità, ma di una cura editoriale che in passato ha dato forma alle copertine di Munari per la Einaudi, ai raffinatissimi libri Ricciardi composti nella stamperia Valdonega di Giovanni Mardersteig, o agli eleganti libri stampati da Tallone ancora con la tecnica dei caratteri mobili<sup>12</sup>. Gli studenti, grazie a un addestramento teorico e pratico nello stesso tempo, sono stati in grado di occuparsi della *mise en page* dei contributi, affrontando le piccole problematiche che pone anche un libro dalla struttura apparentemente semplice come questo. La necessità fondamentale, soprattutto in vista dell'esportazione in ePub, è stata quella di eseguire un lavoro il più possibile pulito dal punto di vista redazionale, tipografico e informatico, e di produrre un testo in cui ogni porzione avesse assegnato lo stile corretto, così da poter gestire con più efficacia i CSS (Cascading Style Sheets), che determinano le caratteristiche di formattazione del testo in formato digitale.

La fase finale del laboratorio è stata dedicata alla generazione del PDF della bozza del volume, sulla quale gli studenti si sono cimentati nella loro prima esperienza di correzione bozze, un vero test di attenzione, precisione e, soprattutto, concentrazione. È stata inoltre realizzata una prova di esportazione in ePub, che ha consentito di verificare come si trasforma il libro una volta che diventa un prodotto digitale, che porta con sé la necessità di

---

<sup>12</sup> Mi permetto di rimandare a questo proposito al catalogo *Il bello e il vero. Petrarca, Contini e Tallone tra filologia e arte della stampa*, con iconografia, lettere e testi di Gianfranco Contini, a cura di R. Cicala e M. Villano, presentazione di C. Carena, Milano, EDUCatt, 2012.

ripensare completamente il paratesto: sparisce il concetto di pagina, che lascia spazio al flusso del testo, variabile direttamente dal device dal quale lo si legge; scompare la materialità del libro, ma questo non significa che non sia necessaria una lavorazione specifica e attenta, volta a preservare la qualità del prodotto editoriale e la fruibilità da parte del lettore, anche attraverso software, uno su tutti Calibre<sup>13</sup>, con i quali è possibile ottimizzare l'ePub.

La speranza è che attraverso questo breve, ma intenso, percorso, una specie di immersione in una officina editoriale, sia stato possibile comprendere il senso del lavoro editoriale, riassumibile, provocatoriamente, prendendo a prestito le parole di Roberto Calasso: «un buon editore dei giorni nostri dovrebbe semplicemente tentare di fare quel che faceva Manuzio a Venezia nell'anno primo del sedicesimo secolo»<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Software open source, Calibre (<<https://calibre.it/>>) è uno degli strumenti più diffusi per la creazione e la gestione degli ebook.

<sup>14</sup> R. CALASSO, *L'impronta dell'editore*, Milano, Adelphi, 2013, p. 84.