



myBOOKTREE  
KNOWLEDGE SYSTEM



myBOOKTREE - knowledge system  
Tesi di laurea

Corso di Laurea Specialistica in Communication Design  
Politecnico di Milano  
Luglio 2011

Studente: Matteo di Pascale  
Relatore: Mauro Panzeri

*A quella malattia  
che si chiama Milano,  
con affetto sincero*



# SOMMARIO

INTRODUZIONE	11		
<b>1) IL MONDO DEGLI E-BOOK</b>		<b>2) I NUOVI ASSETTI EDITORIALI</b>	<b>3) POSSIBILITÀ E RISCHI</b>
1.1 Il termine e-Book	15	2.1 Breve storia dell'editoria	27
1.2 Storia dell'e-Book reader	17	2.2 Ridistribuzione dei ruoli	29
1.3 Storia dell'e-Book	20	2.3 Uno sguardo al lettore	32
1.4 Tecnologie di lettura odierne	22		
			3.1 Nuove opportunità di lavoro
			3.2 Nuove vie per gli esordienti
			3.3 I timori delle conseguenze
			35
			36
			38
<b>4) IL FLOP DEL 2000</b>		<b>5) PREMESSE AL CONCEPT</b>	<b>6) myBOOKTREE</b>
4.1 Scoppio della bolla speculativa	41	5.1 La dignità dell'e-Book	45
4.2 Motivi del flop	41	5.2 Il mercato di Marrakech	47
4.3 La situazione di oggi	42	5.3 Un problema latente	48
			6.1 Concept
			6.2 Rielaborazione del concept
			6.3 Premesse allo sviluppo
			6.4 Sviluppo applicazione
			53
			55
			59
			75
<b>CONCLUSIONI</b>	<b>173</b>		
Bibliografia	175		
Siti web di riferimento	177		
Ringraziamenti	179		

# INTRODUZIONE

Il tentativo di formulare un'ipotesi progettuale relativa all'editoria digitale è complesso perché connesso alla mutevolezza dell'ambito stesso, giovane, fertile e pertanto imprevedibile. Lavorare su una sfera più stabile (un bene materiale, come un libro cartaceo) permette di domandarsi quali siano i problemi riscontrabili; che cosa manca; cos'è presente in eccesso; potrebbe esserci qualche nuovo bisogno latente? E delineare, con uno schema di analisi collaudato, un contesto piuttosto affidabile per la ricerca e il progetto. Un modello simile si adatta però a settori "fermi", o in leggera crescita, non certo a universi tecnologicamente sofisticati in preda a violente modificazioni.

Il settore della produzione editoriale, che si è sempre evoluto cautamente, nell'ultimo decennio è stato preda di uno sconvolgimento profondo dalle conseguenze difficilmente interpretabili. Questa rottura nell'intero sistema, che molti hanno definito – con più o meno esaltazione – «una rivoluzione», si chiama "e-Book".

Il libro elettronico non è un semplice oggetto, bensì una innovazione (dal carattere fortemente ideologico) che non solo propone una nuova modalità di fruizione del te-

sto ma suggerisce anche un riposizionamento dei ruoli di editore e distributore, rivoluzionando lo stesso concetto di pubblicazione e di prodotto-libro. Per comprendere l'instabilità del mondo editoriale bisogna guardare alle reazioni di tutti coloro che di fronte all'e-Book si sono sentiti animati dalle più differenti emozioni: paura, eccitazione, curiosità.

Così, trasformato radicalmente il concetto di libro – svaniscono le pagine fisiche, la rilegatura, il peso, il volume occupato; ogni file di testo potrebbe essere potenzialmente un'opera letteraria – alcuni lettori si sono detti felici dell'opportunità data loro di scaricare i file dell'autore preferito direttamente dal web, mentre altri temono il giorno in cui saranno costretti ad abbandonare la confortante sensorialità della carta stampata per applicarsi alla lettura di uno schermo.

I grandi gruppi editoriali, invece che rallegrarsi della riduzione dei costi di trasporto e di stampa, sono già consapevoli del rischio di perdere il loro primato nel passaggio da mondo fisico al virtuale<sup>1</sup>; i piccoli editori, sollevati da buona parte delle spese, si dimostrano invece più agguerriti che mai<sup>2</sup>; gli scrittori, frustrati della mancanza di ri-

sposte da parte delle case editrici, vedono nei servizi di *self-publishing* una possibile uscita verso la realizzazione dei loro sogni; le piccole librerie tremano; colossi come Google preparano una risposta, la cui sola attesa mette in agitazione il mondo; i quotidiani costruiscono applicazioni dedicate nel tentativo di offrire un prodotto rinnovato; e in questa battaglia digitale non sono pochi i nuovi arrivati che investono per riempire i probabili vuoti che si stanno creando nel mercato.

Vi sono troppe forze in gioco e risulta impossibile prevedere con certezza gli sviluppi futuri. L'e-Book è un sasso gettato dentro una pozza d'acqua stagnante: i cerchi sulla superficie iniziano ad allargarsi e gli abitanti della palude

1. I primi 5 gruppi editoriali coprono il 60% del mercato nazionale. Il Gruppo Mondadori (comprendente i marchi Mondadori, Sperling & Kupfer, Frassinelli, Einaudi, Piemme, Electa) occupa nella produzione il 29% del mercato; il gruppo Rizzoli (13,6%); il gruppo Giunti (5,4%); il gruppo GeMS (8,2%) e il gruppo Feltrinelli (3,8%).

2. Di oltre 3'000 editori censiti, solamente 1'750 hanno pubblicato almeno un'opera nel corso dell'ultimo anno e poco più di 1'000 hanno una presenza organizzata sul mercato: solo l'11% pubblica almeno 50 libri l'anno e il 60% sono editori piccoli (da 1 a 10 titoli l'anno).

cercano una nuova sistemazione o tentano di mantenere invariata la propria.

Ecco perché non possiamo limitarci a scattare una fotografia di una situazione in continuo mutamento. È necessario adottare un nuovo metodo di analisi e ricerca, che risulti in grado di descrivere quanto sta accadendo, tenendo contemporaneamente conto del prima e del dopo, delle vecchie aspettative (pressoché infrante) e delle prospettive; bisogna insomma analizzare a fondo ogni singola variabile, “dalla coda alla testa”, dalle cause scatenanti fino ai possibili effetti.

Cosa vuole l'editore? Cosa desidera l'autore? Chi è il distributore? Quale sarà il ruolo della biblioteca? Chi sono i nuovi protagonisti di questa improvvisa corsa all'oro? E chi, invece, ha interesse a frenare questa tanto annunciata “rivoluzione”?



IL PRS-505 ESCE NEL 2007 COME SUCCESSORE DEL PSR-500.

## 1.

IL MONDO  
DEGLI E-BOOK

## 1.1 IL TERMINE E-BOOK

Trattando di “libro elettronico”, del corrispettivo inglese “electronic book” o (più frequentemente dalla metà degli anni '90) di “e-Book” è facile incappare in problemi di polisemia. Questi termini, infatti, possono designare sia il dispositivo fisico atto alla lettura del testo elettronico (dispositivo di lettura, o “*reading device*”), sia il testo elettronico stesso (ricavato o meno da un testo pubblicato in versione cartacea), sia il prodotto commerciale venduto e distribuito in rete e associato a una specifica licenza di utilizzo.

Ogni tentativo di definire con esattezza l'utilizzo di queste espressioni è risultato vano, vista l'ampia arbitrarietà concessa da un campo tematico molto giovane. Anche la maggior parte degli autori che si sono occupati di e-Book concordano su questo punto.

*“Anche se l'idea di un libro elettronico non è nuova, c'è ancora molta confusione sugli e-Book, anche a livello della loro definizione di base. Attualmente, non vi è nessuna definizione di e-Book che sia generalmente accettata e universalmente valida, e il termine è stato usato in letteratura in maniera ambigua. [...] La relazione Promoting the Uptake of E-books in Higher and*

*Further Education sottolinea che “nel contesto dell'editoria accademica non vi è alcuna definizione adeguata per il termine ‘e-Book’, e questa è una fonte di confusione e dunque una barriera da superare.”*

L'ambiguità alla base di questa confusione risiede prevalentemente nella differenza tra e-Book nel senso di oggetto virtuale e e-Book inteso come supporto fisico. Sebbene la definizione del termine non sia mai stata regolarizzata (come fanno notare Vassilou e Rowley), è riscontrabile una sorta di standardizzazione, dovuta al linguaggio comune, che è avvenuta naturalmente nel corso degli anni. Già nel 2005, il significato registrato su Wikipedia presenta i cenni di una disapprovazione da parte degli utenti nei confronti del termine e-Book relazionato al supporto, il quale preferibilmente corrisponde all'espressione “*e-Book device*”. Tale tendenza linguistica sembra essersi oramai consolidata, difatti nel 2011 Wikipedia registra:

*“Un eBook (anche e-Book) in italiano libro elettronico o e-libro, è un libro in formato elettronico (o meglio digitale). Si tratta quindi di un file consultabile su computer, telefonini di ultima generazione, palmari ed appositi lettori digitali. Il termine deriva dalla contrazione*

*delle parole inglesi electronic book, viene utilizzato per indicare la versione in digitale di una qualsiasi pubblicazione. Nel caso ci si riferisca al dispositivo di lettura è più corretto riferirsi ad esso come lettore di e-Book, in inglese e-Book reader, termine con il quale si intende sia il dispositivo hardware su cui l'e-libro viene letto sia il software che permette la lettura del file. Il termine lettura di un libro elettronico è riduttivo, siccome le funzioni di un e-Book possono andare ben al di là della semplice lettura del solo testo.”*

Tralasciando quello che è il linguaggio comune, possiamo aprire una parentesi legata alla terminologia adottata dagli esperti del settore.

Nel 1997 all'interno della prima edizione dell'*International Encyclopedia of Information and Library Science* si legge: «e-Book è un termine usato per descrivere un testo analogo a un libro, in forma digitale e destinato ad essere visualizzato sullo schermo di un computer».

1. Magda Vassilou e Jennifer Rowley, *Progressing the definition of “e-Book”*, in «Library Hi Tech», 26/3/2008

2. <http://it.wikipedia.org/wiki/EBook>



Nel 1999 Jan O. Borchers<sup>3</sup> si riferisce con e-Book prevalentemente al *device*: «Un libro elettronico, o e-Book, è un sistema portatile, costituito da *hardware* e *software* in grado di visualizzare grandi quantità di informazione testuale, e in grado di consentire all'utente di navigare all'interno di questa informazione».

Tuttavia, immediatamente dopo aver suggerito questa definizione, Borchers propone una classificazione di libri elettronici in quattro generi tematici, classificazione che riguarda la tipologia dei contenuti piuttosto che il dispositivo *hardware* e *software* utilizzato per fruirla.

Nel 2000 in *A Framework for the Epublishing Ecology*<sup>4</sup>, redatto da *International Digital Publishing Forum* l'e-Book viene definito come:



SI DEFINISCE E-BOOK READER IL DISPOSITIVO ATTO ALLA LETTURA DEGLI E-BOOK.

“Un’opera letteraria in forma di oggetto digitale, consistente in uno o più identificatori univoci standard, di metadati e di un corpo monografico di contenuto, destinata ad essere pubblicata e utilizzata in forma elettronica.”

Risalente allo stesso anno è la definizione fornita da EBX Working Group: «un e-Book è un oggetto digitale che costituisce la rappresentazione elettronica di un libro».

È possibile risolvere intuitivamente la problematica linguistica affrontata finora, appoggiando la semplificazione comune che vede l'adozione (come suggerito dall'*Oxford Dictionary of English*) di due termini distinti: “e-Book” e “e-Book device”, rispettivamente per il testo virtuale e per il supporto di lettura.

Pare sia presente nell'immaginario comune una certa correlazione tra libri elettronici e rete internet; questa, indipendentemente dalla tendenza alla convergenza mediatica, nasce nel periodo temporale a cavallo tra gli anni 2002 e 2007, che vede l'interesse generale prima orientato al mondo dei *device* spostarsi verso i progetti di grandi gruppi editoriali (ad es. SpringerLink), piuttosto che di volontari (ad es. il progetto Manuzio), i quali si riferiscono con il termine e-Book ai libri elettronici disponibili nelle collezioni *online*. Scelgono una linea linguistica diversa i progetti istituzionali delle biblioteche e Google Book Search, che sembrano preferire l'utilizzo del più generico “book”.

La centralità del concetto di rete viene ribadita nell'ambito e-Book dalla definizione di lavoro del *Joint Information System Committee* (JISC), organismo con funzioni di indirizzo strategico nel campo dell'applicazione delle nuove tecnologie all'educazione del Regno Unito:

*La definizione di lavoro utilizzata dal JISC è “una versione online di un libro a stampa, accessibile attraverso Internet”*

È palese come questa definizione non risulti idonea ad una discussione estesa, che comprenda l'utilizzo dei supporti fisici dedicati; inoltre, implica il necessario passaggio da stampa a digitale, togliendo ogni dignità all'e-Book e relegandolo ad una “sublimazione del libro”.

Chiaramente, all'interno del contesto odierno, animato dalla profezia di una rivoluzione mediale, non è possibile adottare definizioni costrittive che limitino a priori la libertà del concetto di fruizione testuale.

L'e-Book non offre solamente nuove possibilità applicative e di utilizzo: spalanca ampi orizzonti anche a monte, nella fase di progettazione, cosicché non è più sufficiente pensare ad esso come ad una semplice trasposizione da un supporto arcaico, ma si deve necessariamente considerare il cambiamento nella sua piena radicalità, spo-

stando l'analisi verso gli autori, che potranno ripensare l'intero concetto di libro relativamente ai supporti multimediali e alla rete Internet.

Tuttavia, ammettere la nascita dell'e-Book direttamente nel regno del digitale, solleva numerosi interrogativi: molti operatori del settore sono propensi a considerare e-Book un qualsiasi documento scritto con un word processor, o una normale pagina web, purché conclusi e sufficientemente lunghi.

Frequentemente, al giorno d'oggi, gli scrittori producono la loro opera mediate l'utilizzo di un computer, viene edita, impaginata, stampata e quindi trasformata in versione elettronica.

Quel che risulta difficoltoso trovare è il limite tra libro e non-libro: dove l'opera cessa di essere bozza e si trasforma in “book” o “e-Book”? In cosa consiste la differenza tra testo privo di formattazione e testo formattato? È solo un processo tecnico o è il risultato di un riconoscimento esterno?

Micheal Hart, il fondatore del progetto Gutenberg, ritiene che sia nel caso del libro a stampa, sia nel caso del libro elettronico l'elemento determinante sia il contenuto, mentre gli aspetti fisici dell'interfaccia di lettura «siano questioni meramente formali con poca o nessuna esistenza nella mente degli autori, ma piuttosto artefatti degli editori».

Da non dimenticare gli esempi di rifiuto radicale del termine da parte di alcuni operatori del settore, come l'editore Giuseppe Laterza che, nel suo intervento al primo convegno dedicato agli e-Book dall'Università del Tuscia,

1. Jan Borchers è professore di informatica; sta a capo del Media Computing Group nell'università RWTH Aachen

2. [http://www.openebook.org/doc\\_library/ecology/A%20Framework%20for%20the%20Epublishing%20Ecology.doc](http://www.openebook.org/doc_library/ecology/A%20Framework%20for%20the%20Epublishing%20Ecology.doc)

ha sottolineato con forza le differenze esistenti tra “assemblaggio digitale” di contenuti multimediali e realizzazione di un libro destinato alla stampa. A suo avviso, gli strumenti utilizzati e le possibilità espressive sono a tal punto discordi nei due casi, da rendere non solo difficile ma addirittura sbagliato utilizzare il modello “libro” nel mondo dei nuovi media digitali.

L'impellenza di considerare l'alterità tra prodotti digitali e libri destinati alla stampa pone certamente le sue radici nella preoccupazione di conservare all'editoria tradizionale una propria autonomia; sorge anche l'esigenza di scindere nettamente le due sfere: quella di sperimentazione dei nuovi media e quella culturalmente più auto-

## 1.2 STORIA DELL'E-BOOK READER

Ripercorrere la storia dei *device* dedicati alla lettura – dai primi passi fino alle tecnologie più avanzate – è utile per comprendere in quale maniera si sia sviluppata negli anni l'esigenza di uno strumento digitale capace di offrire una funzione di lettura soddisfacente.

### MEMEX

Viene talvolta citato come progenitore del libro elettronico. Si tratta di un dispositivo meccanico creato negli anni '40 dall'ingegnere americano Vannevar Bush. Mai realizzato in pratica, doveva essere una specie di scrivania meccanizzata, atta a facilitare l'organizzazione e la consultazione di informazioni conservate su microfilm, permettendo di collegare fra di loro fotogrammi di diversi microfilm e di automatizzarne il reperimento. Non ha nulla a che fare con i libri, questo è chiaro, eppure l'idea alla base del Memex è degna di nota: Bush, difatti, crede che la tecnologia costituisca uno strumento fondamentale per potenziare l'attività di lettura.

### VERAC

Un sistema, il cui prototipo venne sviluppato nel 1964 dalla AVCO Corporation. Tecnicamente, era basato sulle riproduzioni microfotografiche di migliaia di pagine di



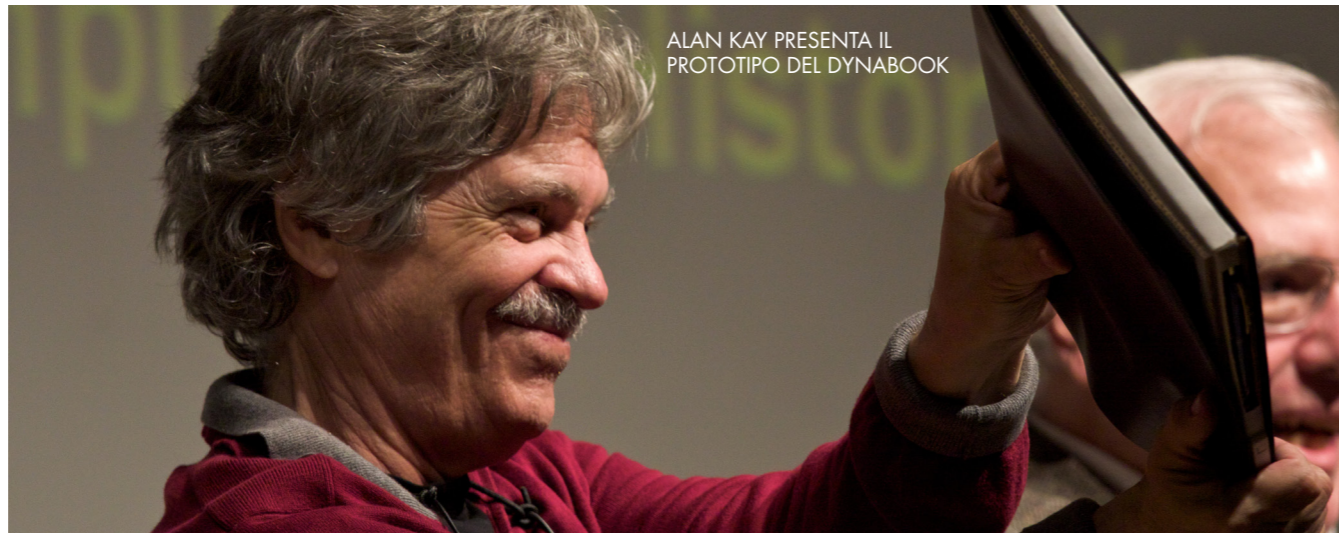
libri, accessibili mediante un servomeccanismo che ne doveva consentire la visualizzazione su sistemi di televisione a circuito chiuso. Non possiamo, tuttavia, considerarlo un dispositivo per la lettura di libri elettronici, poiché i testi immagazzinati non erano in formato digitale.

### DOUGLAS ENGELBART

È a lui che dobbiamo, fra le tante cose, l'invenzione del mouse, l'idea di un'interfaccia basata sulla compresenza di più finestre sullo schermo, la prima implementazione di un sistema ipertestuale, l'idea di condivisione dello schermo durante una videoconferenza. Dagli anni '60 inizia a lavorare a sistemi destinati all'archiviazione e al lavoro collaborativo su documenti elettronici, producendo nel 1962 una relazione riassuntiva: *Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework*<sup>1</sup>. In questo lavoro, Engelbart argomenta con grande convinzione la possibilità di superare la limitazione dovuta alla linearità della forma-libro, attraverso l'utilizzo di modalità non lineari di organizzazione dell'informazione. È convinto che gli utenti del futuro non si limiteranno a fruire del testo vincolati dal suo contenitore, ma lo riorganizzeranno, lo riformuleranno, stabilendo legami e connessioni nuove. Engelbart scrive le sue considerazioni prima dell'avvento di Internet e dell'ipertesto; possiamo quindi affermare che le sue previsioni si sono in parte avverate. Il suo discorso, tuttavia, non sembra ancora applicabile al libro, la cui struttura lineare è sopravvissuta all'assorbimento ipertestuale.

Interessante il commento del vicepresidente di NetLibrary che, in una conversazione con Chris Armstrong, afferma: «fra 10 anni non ci saranno più libri elettronici, solo *e-content*».

La sua è l'annunciazione della morte del contenitore in nome del contenuto. Potrebbe essere questa la via per dare una identità all'e-Book, per creare un oggetto nuovo, non un simulacro di quello vecchio.



ALAN KAY PRESENTA IL PROTOTIPO DEL DYNABOOK

### DYNABOOK

Il progettista è Alan Kay, scienziato dagli anni '70 nei laboratori della Xerox di Palo Alto, uno dei centri propulsori nello sviluppo dell'informatica personale. In un contesto di computer costosissimi e di notevoli dimensioni, riservati a specialisti del settore, la riflessione di Kay si sviluppa nella direzione dei "personal media" portatili, capaci di funzionare come estensione di strumenti di lavoro quotidiano quali la carta o il libro.

Kay lavora a partire dal 1968 al Dynabook, pensato come un computer portatile capace di soddisfare bisogni di lettura, scrittura e apprendimento; era prevista una tastiera e uno schermo, assieme alla possibilità di comunicare con altri dispositivi senza l'utilizzo di fili.

Data la mancanza, all'epoca, della tecnologia necessaria per produrre il Dynabook, gli schizzi e i progetti di Kay restarono su carta; ebbero tuttavia un ruolo fondamentale nello sviluppo di uno dei primissimi palmari, l'Apple Newton.

Anche Kay sottolinea l'aspetto del quale sono già state fatte alcune riflessioni: egli afferma che «il Dynabook non deve essere considerato come la simulazione di un

libro a stampa, dato che si tratta di un nuovo medium con nuove proprietà». Inoltre, nell'articolo *Personal Dynamic Media*, scritto con Adele Goldberg nel 1977, conferma il requisito di autosufficienza che dovrebbe essere alla base di ogni *e-Book reader*: «Uno degli obiettivi del Dynabook è di non essere peggiore della carta in nessun aspetto di rilievo».

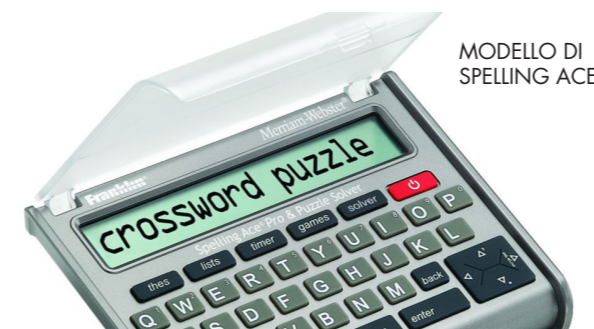
### FRANKLIN COMPUTER CORPORATION

È un'azienda nata nel 1981 a Burlington, nel New Jersey. Inizialmente produce cloni dei primi computer Apple, ma la lunga causa legale che la vede contrapposta all'azienda di Steve Jobs finisce per indurla a spostare l'attività verso un settore nuovo: quello dei dispositivi elettronici portatili.

Dopo il successo dello Spelling Ace, che consente all'utente di inserire la pronuncia fonetica di una parola, e ne restituisce lo *spelling* esatto, la Franklin continua a produrre dizionari e enciclopedie basati su piccoli dispositivi portatili, le cui vendite superano quelle dei corrispettivi cartacei. Decisa a concentrarsi sul cosiddetto "*electronic book market*", l'azienda cambia il suo nome in Franklin Electronic Publishers e nel 1992 sostituisce i diversi *device* in produzione – ciascuno legato ad uno

specifico titolo pubblicato – con il Digital Book System: un unico dispositivo portatile, sul quale possono essere visualizzati e utilizzati contenuti diversi sostituendo delle cartucce.

Nel 1995 esce il Franklin Bookman che vende circa 15 milioni di esemplari. Nel 1999 quando compare la prima ondata di veri e propri lettori per e-Book, al Bookman si affianca l'eBookMan, che unisce funzionalità di e-Book e quelle di *organizer* tascabile. Durante la prima parte degli anni '90, la prima rivale della Franklin è la ben nota Sony. Il suo primo dispositivo di lettura appare sul mercato ben prima del Digital Book System Franklin, nel 1990: si tratta del Data Discman, che utilizza come supporto dei mini-CD, che possono essere letti su un piccolo schermo monocromatico a cristalli liquidi.



MODELLO DI SPELLING ACE

### ROCKET EBOOK e SOFTBOOK

Nel 1998 la Nuvomedia, un'azienda californiana, lancia nella catena di librerie statunitensi Barnes & Noble il Rocket eBook: un dispositivo di lettura per libri elettronici dalle dimensioni di un libro, con uno schermo a risoluzione sufficientemente alta da permettere l'uso di tipi di carattere diversi e la capacità di conservare in memoria 4.000 pagine di testo e grafica, dunque una decina di libri. La batteria promette una buona autonomia: 20 ore attivando lo schermo retroilluminato; i libri vengono ordinati attraverso un negozio *online* dedicato e scaricati sul *device* collegandolo al PC. Il modello di riferimento non è più un computer in scala ridotta, ma un libro; si tratta,

infatti, di un dispositivo orientato alla lettura rilassata, in poltrona.

C'è un grande entusiasmo diffuso: sono in molti a scommettere sul Rocket eBook. È il periodo del boom dell'economia di rete, e le aziende che vendono nuove tecnologia sembrano inaffondabili.

Parallelamente al Rocket esce anche un altro dispositivo di lettura, in parte analogo, il SoftBook, che sembra ancora migliore: ha una copertina di similpelle che funge da meccanismo di accensione, lo schermo ha 16 sfumature di grigio ed è più largo e leggibile di quello del Rocket eBook, inoltre può collegarsi a Internet anche indipendentemente, attraverso un modem incorporato. Questi due prodotti, nonostante lo scarso successo iniziale, catturano l'immaginazione di consumatori e aziende di tutto il mondo. Nel gennaio 2000, Nuvomedia e SoftBook Press vengono acquistate dal gruppo Gemstar eBook il quale, successivamente ad un accordo con RCA, traghetta la produzione e la distribuzione dei nuovi lettori e-Book da piccole start-up informatiche a un colosso nel settore dell'elettronica di consumo. Il passaggio è marcato dall'uscita di due nuovi modelli: il REB 1100 e il REB 1200.

### I COMPUTER PALMARI

Negli anni '90 si afferma una famiglia di dispositivi tecnologici completamente diversi che si avvia a conquistare un successo ben maggiore, e che negli anni successivi si sarebbe fusa con quella dei telefoni cellulari per dare vita agli *smartphone* di oggi: l'*organizer* tascabile, o PDA (Personal Digital Assistant). Si tratta di piccoli computer palmari, adatti a gestire appuntamenti, numeri di telefono, fare calcoli, usare alcuni programmi di intrattenimento, prendere appunti e brevi testi in situazioni di mobilità. I primi palmari compaiono, in verità, anni prima, nel 1984, con lo Psion Organizer dell'azienda Psion. Acquista una certa importanza solo con la versione II del *device*, quando il display arriva a quattro righe e una casa indipendente, la Widget UK, produce un rudimentale strumento di videoscrittura utilizzabile anche per leggere

testi. Lo Psion 3, che esce nel 1991, rappresenta infine un grandissimo passo avanti; ma il primo palmare che ha la possibilità di diventare anche uno strumento di lettura è probabilmente l'Apple Newton, il cui primo modello, l'Apple Newton Message Pad 100, è del 1993. All'epoca era un prodotto tecnologico avanzatissimo, con la possi-



APPLE NEWTON

bilità di scrivere sullo schermo utilizzando uno stilo e un *software* di riconoscimento della grafia che prometteva di trasformare in testo elettronico le parole scritte. Le batterie, però, duravano pochissimo e il riconoscimento dei caratteri era inizialmente inadeguato; inoltre, la lunga e costosa fase di progettazione e le tecnologie d'avanguardia utilizzate imponevano un costo decisamente alto. In sintesi, L'Apple Newton non portò all'azienda i risultati sperati. Rappresenta, tuttavia, un traguardo importante nella storia dei *reader* per e-Book, trattandosi del primo dispositivo palmare per cui fu sviluppato un *software* dedicato alla lettura di testi direttamente incluso nel sistema operativo.

Diversa la questione per il Palm Pilot, dispositivo uscito nel 1996, di minori pretese ma anche di costo più contenuto, che ottenne un grande successo, diventando una piattaforma di sviluppo appetibile anche nel campo della lettura in mobilità. Fin dal 1996 venne quindi sviluppato un formato per l'uso di documenti e e-Book sul sistema operativo Palm, il Palm DOC, caratterizzato da estensione .pdb.

Nel 1994 HP introduce l'HP 200LX, che racchiude in un palmare un intero computer MS-DOS compatibile, e po-

1. [http://www.liquidinformation.org/engelbart/62\\_paper\\_full.pdf](http://www.liquidinformation.org/engelbart/62_paper_full.pdf)

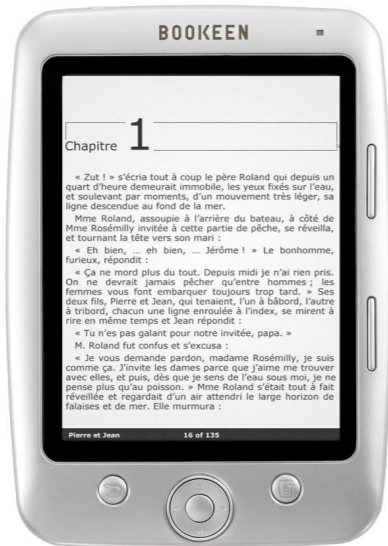
teva quindi utilizzare gli strumenti di elaborazione e lettura di testi disponibili per quel sistema operativo.

Nel 1998 l'azienda francese Cytale ha l'intuizione di fondere il concetto di palmare con quello di libro elettronico e produce il Cybook: delle dimensioni di un volume stampato, è possibile utilizzarlo anche per navigare in rete, controllare la posta, gestire calendario e appuntamenti, sfruttare insomma tutte le applicazioni tipiche di un palmare, sebbene fosse pensato in primo luogo per la lettura. Questa intuizione, nella quale possiamo trovare le radici dei dispositivi odierni, non era ancora supportabile dalla tecnologia dell'epoca e costò alla Cytale il fallimento.

Nessuno dei dispositivi trattati finora – i cosiddetti “*device* di prima generazione” – si è rivelato in grado di mettere in discussione il ruolo di supporto di lettura per eccellenza. Il primo boom degli e-Book (1998-2001) si percepisce legato soprattutto alla prima generazione di lettori dedicati: SoftBook, Rocket eBook, e i loro eredi Gemstar-RCA, strumenti che si presentavano come alternativa diretta al libro tradizionale. Il bisogno a cui si proponevano di rispondere era la ricerca di una “lettura aumentata”, più potente di quella tradizionale, tuttavia questi prodotti non riuscivano a soddisfare se non in minima parte i requisiti di mimicità e di autosufficienza. Sebbene potessero ospitare un gran numero di libri, la lettura risultava comunque più scomoda che su carta e, trattandosi di dispositivi dedicati, che dunque servivano solo come supporto per la lettura dei libri, questo limite si è rivelato decisivo.

Mentre i lettori dedicati sono andati incontro a un sostanziale fallimento, un ruolo sostanziale e inatteso è stato svolto dal nuovo mercato dei PDA e dei primi *smartphone*: un mercato che ha progressivamente acquistato rilievo dagli anni '90 nei primi anni del nuovo millennio. Non si proponevano come alternativa al libro: la funzionalità di lettura era solo una delle tante disponibili (e non la più importante). Non avevano la pretesa di sostituirsi al libro, ma si rivolgevano esclusivamente alla funzione di

mobilità, offrendo la comodità di portarsi dietro qualcosa da leggere. Questi dispositivi sono riusciti a raggiungere un target, sebbene contenuto e fortemente orientato alla tecnologia, più ampio di quello raggiunto dai *device* dedicati. Gli utenti erano in cerca di altre funzionalità, ma si ritrovavano in mano uno strumento che permetteva loro anche di leggere qualcosa: non una lettura tranquilla e rilassata, ma brevi pause di lettura occasionale.



### 1.3 STORIA DELL'E-BOOK

Se dal punto di vista *hardware* nasce l'esigenza di un dispositivo che potenzi la normale fruizione dei testi, dal punto di vista del contenuto il bisogno che si riscontra è di natura completamente diversa: come migliorare l'archiviazione e il recupero dei testi?

#### IL PROGETTO GUTENBERG

L'avvio di questo progetto è quasi del tutto casuale. Nel 1971 Michael Hart, amico di due operatori del computer Xerox Sigma V dell'Università dell'Illinois, ottiene un

*account* su quella macchina che gli concede completo accesso alle risorse di calcolo. Ritrovatosi in possesso di una capacità che per l'epoca è enorme, Hart si chiede quale sia il modo migliore per sfruttarla. La risposta che si dà ha un che di innovativo: Hart comprende che in futuro «il valore più grande creato dai computer non consisterà nella calcolo, ma nell'archiviazione, nel recupero e nella ricerca di ciò che è conservato nelle nostre biblioteche». A costituire questo valore contribuisce quella che Hart chiama “Replicator Technology”, ossia la possibilità di riprodurre qualsiasi contenuto digitale a prezzi bassi e in maniera illimitata.

Michael Hart decide così di avviare un grande progetto di digitalizzazione dei testi. Il lavoro comincia il Dicembre del '71 dalla *Dichiarazione di indipendenza americana*, ma acquista una certa consistenza solo in un secondo momento – a partire dagli anni '80 – quando il costo delle risorse macchina diminuisce e il numero dei volontari aumenta. Di qui in poi la crescita del progetto Gutenberg è esponenziale: nel 1994 viene digitalizzato il centesimo libro, nel '97 il millesimo, nel 2003 si arriva a diecimila libri, nel 2006 a ventimila, nel 2009 supera i trentamila. Michael Hart rimane sempre fedele alla codifica ASCII, il formato “solo testo”, che è l'unico a garantire un'accessibilità del 99% degli utenti al 99% dei testi.

Il Progetto Gutenberg ha avuto una funzione estremamente rilevante nel processo di percezione del ruolo che le nuove tecnologie e gli strumenti di rete avrebbero potuto avere nella conservazione e nella diffusione della cultura.

Hart è un pioniere e un visionario sotto diversi punti di vista: l'idea della creazione di una biblioteca digitale di testi accessibili via rete ha gettato le basi per progetti futuri quali la *Digital Library Initiative*; l'idea che questo servizio possa essere libero e gratuito precorre la linea di pensiero che porterà ai movimenti a favore dell'*open content* e dell'*open access*; infine, il sistema adottato dal progetto Gutenberg che prevede la collaborazione telematica di un largo numero di volontari precorre la filoso-

fia dello *User Content Generated* in ambito culturale (la stessa su cui si basa Wikipedia).

#### IL RUOLO DI INTERNET

Nel corso degli anni '80, mentre il progetto Gutenberg si arricchisce dei primi testi letterari, si ha una rapida crescita del bacino di utenti potenzialmente consapevoli delle potenzialità offerte dalla testualità elettronica – in grado di produrre, visualizzare, manipolare, conservare tesi elettronici –, dovuta alla grande diffusione di *home* e *personal computer*. Il successo delle reti telematiche – in particolare di Arpanet-Internet – nelle comunità di ricerca contribuisce a far individuare in Internet un possibile strumento di distribuzione e accesso a raccolte di testi *online*.

L'idea che il medium elettronico possa essere un possibile ambiente di pubblicazione di opere originali e autono-



me è alla base della filosofia di OmniMedia, una piccola casa editrice specializzata in editoria elettronica e fondata nel 1993 da Jon Noring, tuttora uno dei principali protagonisti del mondo e-Book.

Vi sono alcuni tentativi di creazione di contenuti digitali fruibili *offline* da PC. Si ricorda a questo proposito l'esperienza della LIZ, Letteratura Italiana Zanichelli, una raccolta di testi classici della letteratura italiana, distribuiti su CD-ROM a partire dal 1993. Tuttavia il prezzo della raccolta, e le modalità di consultazione, con testi protetti e non esportabili, ne limitarono l'uso al contesto strettamente accademico.

La rete, al contrario, permetteva una diffusione ampia e rapida. All'inizio degli anni '90, le BBS (Bulletin Board System) sono i sistemi amatoriali che permettono

al pubblico di fare un primo incontro con le potenzialità telematiche. Su MC-Link, Agorà, FidoNet iniziano a circolare testi elettronici di una qualche lunghezza: dapprima FAQ legate all'uso degli strumenti tecnici, ma presto anche racconti (*online*, scambiandosi commenti e giudizi) e i primi testi letterari. Il 13 Marzo 1993 Pieralfonso Longo, un utente di MC-Link, propone con un messaggio al forum “Narrativa-Comm” di aprire un'area dedicata ai testi letterari in formato ASCII, sul modello del progetto Gutenberg. La proposta viene accettata felicemente dal moderatore dell'area, Marco Calvo, che fonda così il Progetto Manuzio.

I partecipanti al forum si mettono al lavoro e producono il primo e-Book italiano distribuito in maniera libera e gratuita: una versione de I Malavoglia. Dopo un anno, quando il progetto sembra prendere forma, nasce il bisogno di organizzarlo in maniera più stabile: nel 1994 per sostenere il progetto viene fondata l'associazione culturale LiberLiber (<http://www.liberliber.it>). Sia il Progetto Manuzio che LiberLiber sono ancora pienamente operativi e offrono accesso gratuito ad oltre duemila testi fuori diritti (o con autorizzazione del detentore dei diritti). I progetti Gutenberg e Manuzio hanno il grande merito di aver favorito l'idea di biblioteca digitale. Sulla loro scia si sono sviluppati altri progetti istituzionali e privati che hanno affiancato e in parte soppiantato il volontariato. Possiamo individuare quattro principali modelli di riferimento:

1) i grandi progetti istituzionali pubblici come la biblioteca digitale francese Gallica, che nasce nel 1997 pur registrando la prima vera espansione a partire dal 2000. Al centro del loro interesse è la digitalizzazione di opere fuori diritti. In questa tipologia rientrano altri progetti più ristretti provenienti da istituzioni di ricerca o da singole realtà bibliotecarie;

2) gli aggregatori di contenuto “autonomi”, che cercano di negoziare accordi con gli editori: un modello rappre-

sentato inizialmente da servizi come Ebrary, Questa o NetLibrary, messo in discussione dalla progressiva presa di coscienza da parte degli editori del valore costituito dal contenuto *online*;

3) le piattaforme di aggregazione di contenuti realizzate direttamente da grandi gruppi multinazionali come Penguin, Springer-Kluwer, Elsevier, Palgrave-Macmillan, Bertelsmann, ecc., proposte sul mercato con meccanismi onerosi di abbonamento. Si tratta di piattaforme finalizzate alla consultazione di contenuti sotto diritti (riviste e libri), legati in prevalenza alla ricerca scientifica, da parte di un pubblico specializzato, in genere attraverso la mediazione delle biblioteche e delle istituzioni di appartenenza;

4) progetti massicci di digitalizzazione privata, legati soprattutto all'offerta di funzionalità di indicizzazione e ricerca dell'informazione; gli esempi principali sono Google Books e il progetto di digitalizzazione libraria avviato e poi interrotto da Microsoft. Il loro scopo fondamentale è l'indicizzazione di informazione validata, per accrescere il valore dei rispettivi motori di ricerca.

## 1.4 LE TECNOLOGIE ODIERNE

In campo *hardware* si è cercato di imparare la lezione del primo fallimento dell'e-Book, implementando nuove tecnologie che potessero migliorare l'esperienza di lettura dell'utente. Le due tipologie di dispositivi di lettura – quelli dedicati e gli *smartphone* – si sono evoluti con gli anni. Si parla rispettivamente di *device* di seconda e di terza generazione.

### E-PAPER

L'e-paper, o carta elettronica, è la tecnologia su cui si basa la seconda generazione di lettori per e-Book. In verità ne esistono diverse che fanno comunemente riferimento al termine "e-paper". Quella commercializzata dalla E Ink Corporation (<http://www.eink.com>) è una delle più diffu-



se nella costruzione dei *device* dedicati alla lettura. Si basa su due sottili strati plastici sovrapposti, al cui interno si trovano un liquido oleoso e delle minuscole (la dimensione è di un micron) capsule sferiche bianche e nere. Le sferette bianche sono caricate positivamente, quelle nere negativamente. A loro volta, i due strati di plastica trasparente sono percorsi da un fittissimo reticolo di cellette, ciascuna delle quali può essere caricata negativamente o positivamente, facendo emergere a comando le sfere bianche o quelle nere.

L'impressione è quella di trovarsi effettivamente di fronte ad un foglio di carta stampata: a differenza degli schermi tradizionali, che emettono luce propria, la carta elettronica non emette luce ma riflette solamente. Questo dovrebbe accontentare gli utenti che ritengono troppo faticosa la lettura su display. Inoltre, la maggiore somiglianza con la carta a cui siamo abituati sembra andare esattamente in direzione del requisito di mimicità, anche a livello delle impressioni sensoriali dell'utente. Un vantaggio ulteriore è dato dalla durata delle batterie, che si misura in giorni e settimane, in quanto un dispositivo basato su e-paper consuma corrente solo quando si cambia pagina. Di contro, oggi la carta elettronica è disponibile solamente in bianco e nero, con un massimo di 16 tonalità di grigio, sebbene esistano dei prototipi sperimentali a colori (purtroppo troppo costosi e di resa ancora scadente). Le sferette di inchiostro elettronico, inoltre, impiegano un certo tempo per comporre una pagina (di solito poco meno di un secondo), durante il quale lo schermo diventa ovviamente illeggibile, con un effetto che può risultare abbastanza fastidioso. Di conseguenza a questo "ritardo" nel caricamento della schermata diventa impossibile inserire nell'e-Book anche animazioni e filmati. L'e-paper appare, insomma, una tecnologia un po' povera e priva di capacità multimediali.

Il primo *device* di questo tipo è stato il Sony Librié, uscito solo sul mercato giapponese nel 2004. Aveva una risoluzione pari a 170 dpi (circa il doppio di un normale monitor, circa la metà di un testo a stampa), un display da 6",

paragonabile alla pagina di un libro tascabile, e un'autonomia di circa 10.000 cambi pagina. Il Librié, ripetendo l'errore che aveva contribuito al fallimento dei dispositivi di prima generazione, adottava un formato proprietario, il Broad Band eBook (BBEB), e aveva una singola fonte privilegiata di contenuti: la Publishing Link, una joint venture fra Sony e alcuni grandi editori giapponesi. È presumibile che lo scarso successo di questo prodotto sia dovuto proprio alla chiusura dei meccanismi di acquisto dei contenuti.

Alcuni dispositivi più di altri hanno contribuito alla progressiva affermazione della tecnologia e-paper.

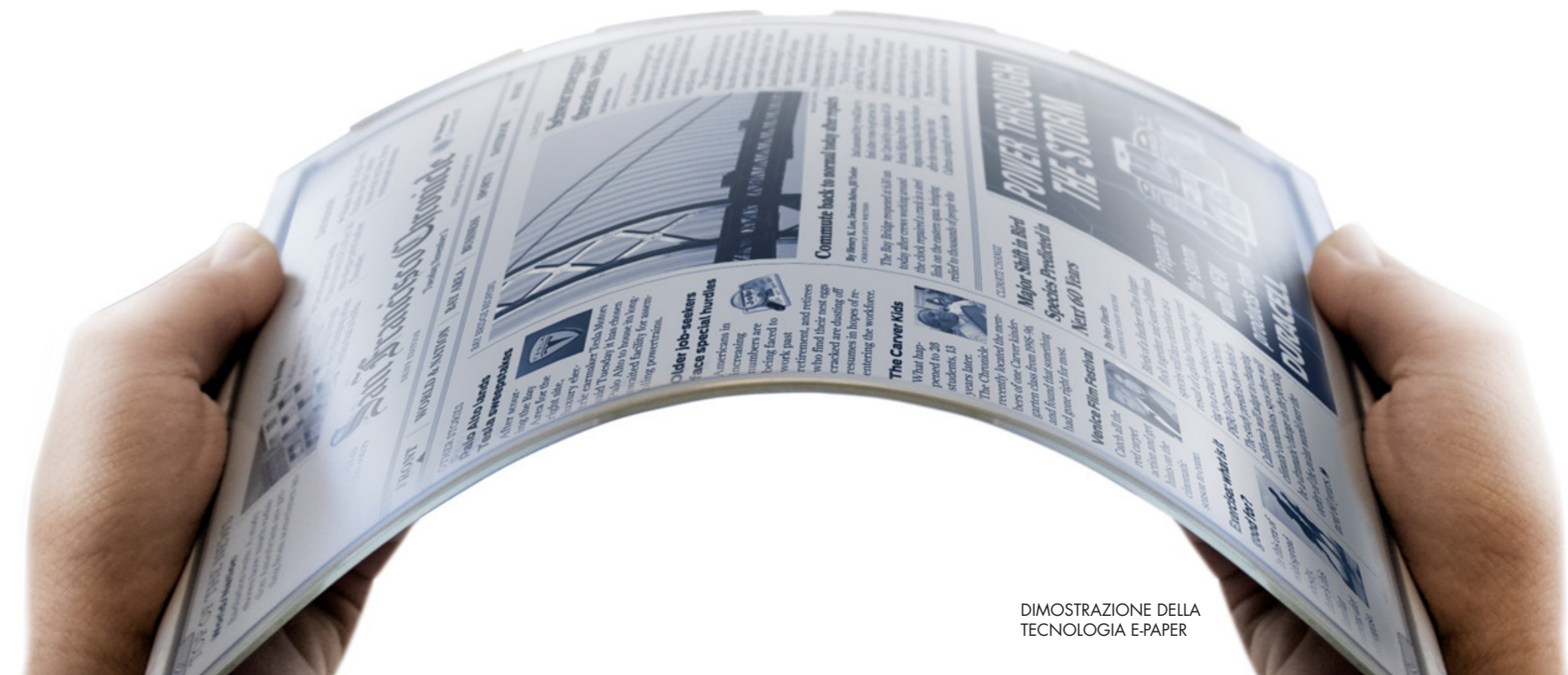
Il primo è l'iLiad iRex, uscito nel 2006 e prodotto dall'olandese iRex Technologies, primo lettore basato su e-paper ad offrire sia un display sul quale prendere appunti per scrivere, sia la connettività Wi-Fi.

Il secondo è il Sony PRS 500, uscito anch'esso nel 2006, il primo tentativo dopo l'infelice esperienza della RCA di riprovare a lanciare con forza sul mercato una *device* di lettura da parte di una grande azienda internazionale. Quest'ultima non sembrava aver imparato la lezione del Librié e anche i dispositivi PRS prevedevano un meccanismo chiuso per l'acquisizione dei contenuti, basato su formati proprietari e un unico negozio *online*, il Connect Bookstore.

Una politica simile ha successo solo con l'Amazon Kindle, uscito nel novembre 2007. Gli utenti possono sempre acquistare solo da un singolo negozio *online* che, a differenza degli altri, difficilmente può deludere la domanda: Amazon è un gigante e praticamente tutti i libri presenti sul mercato anglosassone per i quali sia stata realizzata

una versione e-Book sono disponibili per Kindle. Il successo di questo prodotto è attribuibile al marchio Amazon: il Kindle è rivolto principalmente agli utenti abituali di Amazon e non è percepito come un gadget tecnologico, quanto come un dispositivo che fa parte dell'arco di strumenti offerti da Amazon per aiutare e favorire la propria esperienza di lettura. Un'estensione, insomma, del servizio di acquisto.

Il lancio del Kindle ha un'importante conseguenza nel mondo dei produttori dei *device*: trovatisi a fronteggiare un colosso apparentemente invincibile, sono costretti ad abbracciare la filosofia dei formati aperti, primo fra tutti il formato ePub. La stessa Sony, che non sembrava disposta ad un compromesso di questo tipo, dichiara alla conferenza *Digital Book 2008*, organizzata nel maggio 2008 a New York dall'*International Digital Publishing*



DIMOSTRAZIONE DELLA  
TECNOLOGIA E-PAPER

*Forum* (IDPF) il suo “allargamento di orizzonti”. Si tratta di una vera e propria rivoluzione: se aveva capitato anche la Sony, significava che da quel momento in avanti qualsiasi dispositivo di lettura avrebbe dovuto accettare anche e-Book in formato ePub.

Altro importante *case study* è quello rappresentato dal Nook di Barnes & Nobles che introduce una interfaccia ibrida che tenta di racchiudere il meglio di due mondi: lo schermo *e-paper* per la lettura e un display a colori *touch screen* con il quale scorrere le copertine dei libri.

### SMARTPHONE e TABLET

Seguendo l'iniziale impulso partito dagli anni '90, gli *smartphone* vengono migliorati per poter offrire funzionalità sempre più sofisticate all'utente: aumenta l'usabilità grazie ad interfacce intuitive e al largo utilizzo del *touch screen*, l'elevata risoluzione dello schermo garantisce un'esperienza molto gradevole dal punto di vista emotivo. Questi fattori ne garantiscono la popolarità: nel 2007 lo *smartphone* di casa Apple, l'iPhone, si aggiudica la palma di invenzione dell'anno, e diventa oggetto di desiderio per un target vastissimo. L'ultima versione, l'iPhone 4, ha una risoluzione di 326dpi, superiore quindi a quella della carta stampata.

Questi dispositivi non vengono proposti come strumenti di lettura, ma offrono una funzione di fruizione dei testi in mobilità: leggere un libro su uno *smartphone* non è comodo ma di certo nemmeno impossibile. È chiaro che, volendo dedicarsi ad una lettura tranquilla in poltrona, ci si orienta verso altri supporti, quali libri o *reader*.

A fine gennaio 2010 arriva poi una rivoluzione chiamata Apple iPad, che coniuga sapientemente la multifunzionalità di uno *smartphone* di ultima generazione a dimensioni e forma adatti alla lettura (ma anche alla visione di un video, o alla scrittura). L'iPad viene lanciato anche come strumento di fruizione di testi: offre un programma apposito, iBooks, che imita abbastanza da vicino se non la sensazione tattile almeno quella visiva del libro e offre il collegamento con un servizio di vendita gestito dalla stessa Apple. Ovviamente, come tutti gli altri concorrenti del Kindle, accetta e permette di usare il formato ePub,

così che tutti gli e-Book di pubblico dominio risultino compatibili.

L'iPad è certamente il primo esempio di una terza generazione di dispositivi che, pur non essendo dedicati, sono fortemente orientati alla lettura.



L'APPLE IPAD2:  
IL TABLET TECNOLOGICAMENTE  
PIÙ AVANZATO.

# 2.

## I NUOVI ASSETTI EDITORIALI

### 2.1 BREVE STORIA DELL'EDITORIA

#### ANNI CINQUANTA

La situazione editoriale dell'epoca è favorita dalla ricostruzione economica del dopoguerra: migliorano le condizioni di vita, si riduce l'analfabetismo. I due complessi editoriali maggiori sono Mondadori e Rizzoli; accanto un centinaio di case editrici di media grandezza organizzate industrialmente e un numero molto elevato di piccoli editori, affiancati da letterati e intellettuali. Dal 1951 al 1955 c'è un forte calo delle vendite (-8,5%); possiamo ricondurre le cause all'avvento del cinema e della radio che spostano l'attenzione del pubblico e orientano in modo marcato il consumo del tempo libero.

Il livello di produzione e lo spirito d'iniziativa aumentano: si aprono collane di ricerca e di qualità (es. «I gettoni» di Einaudi, «I libri del tempo» di Laterza). La casa editrice Il Mulino porta in Italia un nuovo orizzonte di idee, con saggi e contributi di autori stranieri.

Si punta molto sulla narrativa e si riscontra un aumento della produzione: dai 5653 titoli del 1956 agli 8111 del 1960, con una percentuale di incremento (+43,4%) che è la più alta del dopoguerra. In quei quattro anni non sono nate molte case editrici nuove, perciò questo aumento è

da attribuire alla diversa strategia adottata dalle case editrici già esistenti. Nel 1959 nasce il Club degli Editori (si raggiungono quei lettori che i canali tradizionali non riescono a servire).

#### ANNI SESSANTA

La società italiana conosce un grande sviluppo sotto il profilo industriale. Anche l'editoria si espande; cerca di battere strade inesplorate sia in narrativa che in saggistica. È il caso di Marsilio (1961), Edizioni di Comunità (1963), Dedalo (1964), Adelphi (1962).

La società cambia, ci sono nuovi generi di lettori e quindi una diversa domanda che deve essere interpretata dagli editori. Le novità iniziano a «fare notizia», così come i premi (lo Strega, il Viareggio, poco più tardi il Campiello), diventano un simbolo di cultura per le nuove fasce di lettori. Si registrano casi di romanzi di successo (definiti «best seller all'italiana») come *«Il Gattopardo»*.

Intanto Feltrinelli decide di investire su scrittori d'avanguardia, raccolti sotto il nome di «Gruppo 63», che suscitano polemiche con la loro opposizione alla convenzionalità dei romanzi di successo.

I due fenomeni principali degli anni '60 sono l'editoria a dispense e l'editoria tascabile.

Nel 27 Aprile 1965 si dà avvio alla collana degli «Oscar» di Mondadori che assume l'edicola come mezzo di diffusione, rivoluzionando il mercato librario. *«Addio alle armi»* di Ernest Hemingway tocca le 210.000 copie in una settimana e le 390.000 nei due mesi seguenti. Dopo il boom dei primi anni, l'offerta di volumi aumenta esageratamente, confondendo il pubblico e saturando il mercato.

#### ANNI SETTANTA

L'editoria riflette il carattere di una società italiana in conflitto e tesa a una emancipazione su vari fronti (la scuola, i giovani, la donna, la famiglia...); la sua funzione è quella di tradurre i vari fermenti offrendo una vasta gamma di proposte saggistiche e strumenti di base a un pubblico che per militanza politica o per bisogno culturale si mostra fortemente motivato nei confronti del libro e dell'informazione. L'offerta, però, risulta eccessiva per la capacità di assorbimento del mercato.

Una volta finita l'onda della protesta studentesca e delle rivendicazioni sindacali, inizia la nuova stagione del «riflusso» e del ritorno alla tranquillità, perciò anche questo



capitolo di storia editoriale deve chiudersi.

Al convegno *Per una editoria democratica* (Rimini, 1974), dove sono presenti i maggiori editori, si cerca di stabilire un percorso comune.

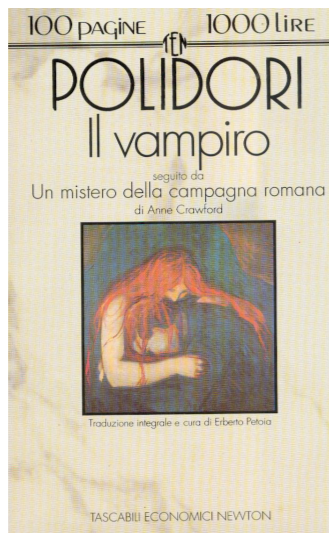
Si apre lo spazio per case editrici che trattano generi specifici, ad es. la Nord, per la fantascienza.

Ha molto successo la narrativa, il «caso» di attualità, il libro d'annata, il pocket di qualità. I due maggiori colossi sono sempre Mondadori e Rizzoli, che sono in grado di programmare il successo di un libro attraverso campagne pubblicitarie.

Sono gli anni in cui nasce l'esigenza dell'editoria di articolare e rendere più significativa anche la propria linea promozionale.

Con la crisi economica di fine decennio, molti editori si trovano in seria difficoltà: a partire dal 1976 si iniziano a ridurre le tirature e il personale. La politica dei grandi gruppi è quella di saldare il più possibile il settore librario con quello della stampa periodica.

Mentre la saggistica è un settore in forte calo, quello della narrativa e della manualistica mantiene sempre una certa spinta. L'ambito del best seller è dominato da Mondadori e



Rizzoli (poi anche Bompiani e Garzanti). Einaudi, invece, può contare sui successi di scrittori come Italo Calvino.

Vi sono comunque parecchie zone d'ombra: si registra un calo di tiratura dei libri (-11%) e un'impennata dei prezzi (+102,2%) negli anni dal 1976 al 1980.

#### ANNI OTTANTA

Si aprono nuove prospettive di sviluppo, grazie al favore incontrato dalla narrativa straniera e italiana. Tale sviluppo si circoscrive alla narrativa d'intrattenimento, spesso di mediocre qualità, che fa leva in molti casi sull'enorme impatto determinato da film e sceneggiati televisivi. Non importano i codici letterali usati, ma la macchina narrativa in sé. Chi si indirizza al romanzo di qualità, chi al best seller di moda, chi alla narrativa seriale televisiva. Esplose il mercato del romanzo rosa (lancio della serie «Harmony» nel 1981 da un accordo tra l'omonima società canadese e la Mondadori).

Crollo del «best seller all'italiana»: dal 25% al 13%. La saggistica culturale continua a perdere consensi, mentre la manualistica avanza.

Nel 1982 l'editoria vive il suo momento più delicato. Lo sforzo delle case editrici è finalizzato a contenere le per-

dite e a risanare le ferite; l'editoria pensa a se stessa in termini imprenditoriali e organizzativi. È in questi anni di preoccupante crisi che si pongono le condizioni di importanti movimenti all'interno del settore: afflusso di capitali e manager di provenienza extraeditoriale, razionalizzazione della produzione, rinnovamento degli impianti, potenziamento delle strutture commerciali. Non pochi editori di medie e piccole dimensioni sono costretti a lasciare il campo: dal 1981 al 1985 il numero di case editrici scende da 2.056 a 1.933.

Lo sviluppo va sempre di più nella direzione della leadership finanziaria; lo scenario editoriale inizia a vivere un periodo di inquieto dinamismo sul piano societario e aziendale, caratterizzato da acquisti e fusioni di sigle. Le più importanti: Rizzoli, Fabbri, Zanichelli, Elemond, De Agostini, Rusconi, Longanesi, Masson. Si assiste anche a una sostanziale innovazione sul piano tecnologico, strategico e promozionale. Fatto importante è la nascita del primo Salone del Libro a Torino (1988). Scompare la figura dell'«editore-protagonista» e appare quella di una classe dirigente eterogenea, non sempre in grado di delineare un progetto organico di politica editoriale.

Dal punto di vista del mercato, si dilata sempre di più l'area dei libri di successo: non solo dei best seller propriamente detti, ma di molti testi di narrativa, prevalentemente straniera, che hanno saputo conquistare grande fasce di pubblico. Si assiste alla spettacolarizzazione di una certa produzione costruita su misura per un consenso di massa immediato. Si registra, inoltre, una grande crescita dell'editoria tascabile, che tiene conto delle preferenze degli ultimi quindici anni di un certo tipo di lettori (per lo più giovani, studenti, lettori colti). La frammentazione del pubblico porta ad una riduzione della tiratura (massimo 10.000-12.000 copie). Il mercato degli economici è in netta crescita, rappresenta l'11,5% del fatturato complessivo del mercato editoriale, corrispondente al 29,6% del totale dei libri venduti. Gli «Oscar» Mondadori raggiungono il 42,3% del mercato degli economici, con un balzo, dal 1987 al 1988, dai 39 ai 53 miliardi di lire.

C'è una forte richiesta di cultura proveniente dal pubblico giovane, che cerca risposte per il lavoro e per la vita.

#### ANNI NOVANTA

Dal 1989 al 1990 vi è un incremento del fatturato dell'editoria del 9,6%; l'anno successivo l'aumento si dimezza (+4,8%) per scendere a zero negli anni seguenti. Nel 1992 il mercato è in stasi completa.

Si fanno forti tagli su tutto, si cerca di svuotare i magazzini attraverso il macero e quella delle svendite e dei super-sconti. Le case maggiori evitano le novità per riorganizzare i loro cataloghi.

Modifiche a livello di fisionomia societaria: la Mondadori possiede o controlla l'Electa, l'Einaudi, la Sperling&Kupfer, la Baldini&Castoldi; l'RCS Media Group riunisce il vecchio Gruppo Fabbri e altre sigle che si associano; la Longanesi

dà vita a un gruppo editoriale che comprende Guanda, Salani, Corbaccio, Neri Pozza; la UTET incorpora le Grandi Opere Garzanti e la Vallardi.

Nel 1992, l'esplosione dei «millelire» innesca interventi editoriali a catena che determinano assetti nuovi in tutta l'area del tascabile economico, tra cui il grande successo della sottocollana degli «Oscar» Mondadori: «I miti» (1995). L'effetto è quello di rianimare l'intero settore: dai 185 miliardi del 1990 (5,5% dell'intero fatturato del libro) si passa nel 1995 ai 297 miliardi di lire, salendo al 7,2% delle vendite del comparto librario.

Tra il 1994 al 1995 si verifica l'importante fenomeno della «tascabilizzazione» dell'editoria. Più della metà dei titoli pubblicati presenta meno di 200 pagine e ha costi decisamente abbordabili. Per arginare le perdite, le case editrici puntano tutto sull'editoria tascabile e quindi su un prodotto dal prezzo più contenuto.

Verso la fine del secolo, è sempre più marcata la tendenza all'accorpamento aziendale. L'editoria tende ad assorbire e ad identificarsi con la più estesa «industria dei contenuti»; l'editoria elettronica e multimediale diventa, per un verso, l'altra faccia dell'editoria tradizionale e, per un altro, il suo sistema capillare di comunicazione e diffusione.

## 2.2 REDISTRIBUZIONE DEI RUOLI

Pensiamo alla figura dell'Editore<sup>1</sup> e al cambiamento che ha subito nel corso degli ultimi decenni: se prima la casa editrice si incarnava in un uomo la cui opinione era culturale e ideologica (che giudicava anche le proposte editoriali), gli anni ottanta adottano un nuovo assetto che vede scalzata la figura dell'«editore-protagonista», sostituito



tuita da una classe dirigente eterogenea; da quel momento, la tendenza dei grandi gruppi editoriali è stata di stampo tipicamente aziendale e spersonalizzata, fortemente orientata all'allargamento del business, alla spettacolarizzazione del caso letterario, al soddisfacimento di una fetta di mercato il più ampia possibile. La commercializzazione del libro diviene spesso indiscriminata e fondata sulla spinta a letture semplici e di consumo, ideate per un vasto pubblico: si registra così un incremento nelle vendite dei «best-seller» e delle collane tematiche (ad es. «Harmony»). Da un lato le grandi case editrici creano potenti accorpamenti (i gruppi editoriali: con quotidiani, libri, media) attraverso le fusioni aziendali, con il primato di RCS Media Group, del Gruppo editoriale Mauri Spagnol (editore “puro”) e del Gruppo Mondadori; dall'altro i piccoli editori cercano di costruirsi una propria nicchia, mantenendo basso il numero dei titoli e delle tirature. Per contrastare il predominio dei grandi gruppi, si fa anche ricorso a sistemi innovativi di carattere tecnologico, ma anche economicamente vantaggioso, quali il «print-on-demand», la «pubblicazione con contributo dell'autore», il «self-publishing», e le tecniche di «guerrilla marketing»; di fatto, quel che è possibile per colmare con astuzia e creatività il divario creatosi.

I costi sostenuti da una casa editrice per una pubblicazione sono alti e attribuibili principalmente a costi per redazione, editing, traduzione (se necessaria), impaginazione, carta e stampa, distribuzione, promozione. Creare un libro vuol dire “lavorarlo” per renderlo leggibile – “editarlo”, curarne l'aspetto grafico – e renderlo visibile – promuoverlo nei media, organizzare tour di presentazione, segnalarlo sul web, farlo comparire in libreria –, il che significa investire molto denaro. Va da sé che c'è chi può permettersi di proporre un prodotto e spingerlo sul mercato come best-seller, mentre una piccola casa editrice non potrà mai disporre del denaro necessario per un simile investimento.

Con la venuta dell'e-Book tutto cambia! Si azzerano i costi di distribuzione insieme a quelli di stampa, riducendo



così anche il rischio di difficoltà economiche. Ma non solo: nei negozi online non esistono scaffali, scompare la vetrina e con essa la forza visiva delle pile di copie all'ingresso: in rete, la disposizione dell'offerta risulta più lineare, meno manipolabile. È infatti in questo clima di incontrollabile liberismo che si muovono rapide le case editrici minori; finalmente vedono aprirsi opportunità per una crescita libera dai vecchi autoritarismi. Ma non solo: nascono anche case editrici ex novo, dedicate alla sola pubblicazione digitale, che riescono talvolta a garantirsi un discreto successo. È questo il caso della Sugaman e di Paolo Nori, risultato campione di incassi sulla piattaforma di BookRepublic contro Umberto Eco e il suo ultimo libro<sup>2</sup>.

Difatti, se le piccole case editrici crescono, i grandi gruppi temono il peggio. La nuova piattaforma digitale ne mina la supremazia. Da un lato rischiano molto per essere nel “nuovo mondo digitale” – memori, però, del catastrofico flop del 2000, si guardano bene dal commettere “gesti azzardati” –, dall'altro tentano di rallentare il procedimento di conversione al digitale mantenendo i

1. «L'editoria è un processo-istituzione culturale, un'industria e un medium. Come istituzione – insieme ad altre istituzioni sociali o in prima battuta – l'editoria assicura le funzioni essenziali dell'informazione, della conoscenza, della formazione, e della virtualizzazione narrativa ed estetica. Come industria, la sua particolarità è nel trasformare comunicazione in comunicazione (ciò che spiega la sua piena fioritura nel Novecento con l'avvento dell'elettricità che ha incrementato esponenzialmente lo scambio comunicativo, così come spiega la stretta dipendenza della sua evoluzione delle grandi dinamiche medialie come l'avvento della digitalizzazione)», Giovanni Ragone, *L'editoria in Italia. Storia e scenari per il XXI secolo*, Liguori Editore, Napoli, 2005

2. È un'azienda italiana operante nel settore della editoria elettronica, fondata da Antonio Tombolini. Dal 2007 si occupa della commercializzazione di tutti i lettori e-Book diffusi a livello europeo basati sulla tecnologia *e-ink* (ad esempio l'Liad, il Cybook Opus).

3. «BookRepublic è una libreria italiana online dove acquistare libri in formato digitale. Offriamo al lettore eBook di qualità e quante più informazioni possibili per ogni titolo. BookRepublic è anche una piattaforma di distribuzione per contenuti digitali a disposizione degli editori.» (<http://www.bookrepublic.it/>)

prezzi degli e-Book di poco inferiori a quelli delle relative versioni cartacee, tentando così di riproporre il tradizionale schema editore-distributore-esercizio commerciale, e sostenendo piattaforme proprietarie.

Al trambusto causato dai primi cenni di questa “guerra tra editori”, si aggiunge la problematica relativa alla distribuzione dei volumi. Se il prodotto viene privato di peso, e il negozio del suo essere un luogo fisico, che ne è del distributore? Si è prima accennato alla metodologia adottata dai grandi gruppi per assicurare visibilità ai propri titoli, basata su vasta tiratura e distribuzione capillare; di converso alle nuove caratteristiche delle “vetrine-web”, o *store*. Ma chi garantirà il collegamento tra editore e esercizio? Non si incappi nell'errore di considerare Internet così potente da rendere semplice la gestione del rapporto: la quantità di informazioni da gestire è immensa; e non solo: sarà necessario assolvere anche alla funzione di memoria (archivio), dedicare quindi un certo numero di server al deposito dei file-libro e al loro successivo *download*. Né il negozio online, né tantomeno il singolo editore può accollarsi il costo di una piattaforma *hardware* adibita a questo uso; proprio per questo motivo in Italia stanno nascendo servizi che si occupano di assolvere al compito: stretti gli accordi fra le due parti – editore e *store* – ai primi si offre la possibilità di usufruire di strumenti di conversione e deposito file e ai secondi la presenza di volumi su scaffali virtuali.

Sfortunatamente per gli editori, la consueta formula editore-distributore-esercizio sembra risultare inadeguata alla flessibilità del web: le due aziende italiane leader nel settore – Semplicissimus Book Farm<sup>3</sup> (SBF) e BookRepublic<sup>4</sup> – si stanno già muovendo verso una ibridazione della loro funzione digitale: non solo, quindi, mettono in contatto le case editrici con gli *store*, ma svolgono anche un ruolo di vetrina per l'acquisto e di forum per la discussione dei libri tra gli utenti. Una strada simile viene intrapresa dalla statunitense Amazon e da Google Books, che si può trasformare in *tool* incorporabile nelle pagine dei negozi *online*, condividendo così una parte dei ricavi



ANTONIO TOMBOLINI  
DI SIMPLICISSIMUS BOOK FARM

direttamente con Google. Ricordiamo anche l'ambiziosa iniziativa di SBF, la quale, seguendo l'esempio commerciale delle *private-label*, accetta manoscritti inediti che pubblica sia sotto il marchio Semplicissimus (garantendo *royalties* del 25%), che sotto il marchio del suo servizio di *self-publishing* Narcissus (*royalties* del 60%).

Gli editori, grandi e piccoli, guardano con preoccupazione al proprio ruolo, assorbito dal crescente organismo della distribuzione digitale. Cosa vieta, infatti, alle piattaforme di prendere contatti diretti con gli autori, senza alcun intermediario? Non si pensi a una chimera, perché si sono già registrati numerosi episodi nei quali la figura dell'editore è stata completamente superata e i diritti delle vendite online sono stati ceduti direttamente al distributore<sup>5</sup>.

Questa prospettiva può non essere minacciosa da un punto di vista strutturale: dopotutto, cosa ci importa del tragitto di un volume prima di giungere sul nostro e-Book *reader*? Ma in una prospettiva etica e culturale, lo scenario diventa preoccupante. Non va dimenticata, infatti, la principale funzione della casa editrice, che non è quella di allargare il proprio mercato pubblicando “spazzatura” commerciabile, ma di essere un filtro esigente tra il letto-

re e il mondo degli autori. L'editore dovrebbe essere colui che rifiuta i pazzi, gli incompetenti, gli ignoranti; dovrebbe scremare la copiosa offerta del mercato dell'inedito per qualificare le scelte dei lettori e farsi garante della qualità contenutistica e sintattica dell'opera letteraria.

I grandi gruppi si difendono sostenendo una propria piattaforma: l'Editoria Digitale Italiana (eDigita)<sup>6</sup>, che non teme tentativi di assorbimento. Sembra questo, però, non un segno di apertura verso il mondo digitale, quanto piuttosto un gesto per reintrodurre il vecchio sistema e per rallentare il nuovo.

La posizione delle case minori invece è difficile da scandagliare, perché in parte accusano certamente gli stessi timori dei gruppi editoriali, in parte non hanno i mezzi materiali per contrastare iniziative come quelle di SBF e Amazon, in parte si sentono affrancati dalle possibilità del libero mercato. Si intravedono dichiarazioni quasi “rivoluzionarie”: BookRepublic, addirittura, ha pubblicato sul suo sito web un manifesto<sup>7</sup> dai fortissimi connotati ideologici, dal quale traspare il desiderio di dare visibilità anche ai “piccoli libri”, riferendosi con ciò ai titoli promossi dalle case minori.





## 2.3 UNO SGUARDO AL LETTORE

Il lettore è il fine ultimo dell'intera filiera: è colui che compra, il soggetto che, pur non producendo una spinta attiva se non di consumo, attira su di sé tutte le dinamiche descritte. L'intero mercato si muove secondo le sue esigenze: quando la media dei lettori dimostra una bassa possibilità d'acquisto, nascono le versioni economiche; quando negli anni '80 si individua la possibilità "al femminile" della lettura seriale, ecco che nasce la collana *Harmony*; se il lettore va verso libri di largo consumo nascono i «best seller»; se il numero dei lettori aumenta, l'editoria prospera; se diminuisce, ne soffre.

I lettori, quindi, con le loro abitudini e le loro preferenze, sono una componente fondamentale per l'analisi del mercato editoriale: tra il 1995 e il 2009, i lettori sono aumentati nel loro insieme del 21%, passando da 21 milioni a quasi 25 milioni e mezzo; i lettori forti (almeno un libro al mese) sono cresciuti di un milione e mezzo, mentre i lettori deboli (da uno a tre libri l'anno) sono diminuiti in percentuale.

Una volta conclusi gli studi superiori o universitari, gran parte delle persone perde il contatto con il libro e la lettura, a meno che non svolga un lavoro intellettuale. Il 23,6%

4. Si fa una diretta allusione al caso che ha visto l'agente letterario statunitense Andrew Wylie, noto come "The Jackal" (Lo Sciacallo), vendere i diritti digitali delle opere di molti celeberrimi scrittori direttamente all'azienda Amazon, ignorando del tutto gli editori che avevano precedentemente preso accordi per i diritti cartacei. L'articolo completo è disponibile all'indirizzo: [http://www.economist.com/blogs/prospero/2010/07/andrew\\_wylies\\_publishing\\_deal\\_amazon](http://www.economist.com/blogs/prospero/2010/07/andrew_wylies_publishing_deal_amazon)

5. La figura, se si vuole, "idealizzata" del ruolo dell'Editore, tratta dall'opinione di Dario Moretti ne *Il lavoro editoriale*, Laterza, Roma, 2005

6. «Editoria Digitale Italiana è una nuova società partecipata in parti uguali da RCS Libri, Messaggerie Italiane e Gruppo Feltrinelli per agevolare la nascita e lo sviluppo del mercato dei libri in formato digitale. Il modello operativo è quello di una società di servizi che, per conto degli editori e dei *retailer online*, si occuperà di tutti gli aspetti

tecnici legati alla distribuzione degli e-Book, della gestione amministrativa e dei servizi di promozione e digitalizzazione.» (<http://www.edigitait.it/>)

7. Il manifesto è disponibile qui: <http://www.bookrepublic.it/about/chisiamo/>

8. Le fonti dei dati sono: Giovanni Solimine, *L'Italia che legge*, Laterza, Bari, 2010 e Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2010, AIE

9. «Nei primi anni del nuovo millennio tra i ragazzi e i giovani di 6-24 anni l'uso del personal computer è passato da percentuali intorno al 50% a percentuali che superano i tre quarti del totale, ed è contemporaneamente cresciuta anche la lettura nel tempo libero, sia pure in misura più contenuta, passando da percentuali inferiori al 50% a cifre decisamente superiori (il 53,8% nel 2006, il 56,6% nel 2008 per la fascia 6-19).», Giovanni Solimine, *L'Italia che legge*, Laterza, Bari, 2010.

delle persone comprese fra i 6 e i 34 anni legge per motivi scolastici; questa percentuale è, tuttavia, del 22,3% tra i 20 e i 24 anni e del 6,2% tra i 25 e i 34. È pertanto evidente che, con il passaggio tra la tarda adolescenza e l'età adulta, scema anche la lettura formativa; quest'ultima è diffusa quasi solo da coloro che leggono nel tempo libero. Nel 2010, poco meno della metà (il 44,9%) legge fino a tre libri all'anno; solo il 15,2% ne legge uno al mese (in aumento di 2 punti percentuali rispetto al 2008); le fasce dell'infanzia e giovanili della popolazione sono quelle composte dai lettori più forti rispetto alla media, fatto che dimostra come l'incremento nei tassi di utilizzo delle nuove tecnologie non sia avvenuto a discapito della lettura.

Oggi, il genere più praticato nella lettura "di piacere" è la narrativa, che riscontra una preferenza di poco superiore

al 50% in ogni fascia d'età. Segue un tipo di lettura estesa e poco impegnativa (noir, libri per la casa, guide turistiche), poi le favole e i libri per ragazzi; infine un "blocco" che riscuote una percentuale di gradimento tra il 12 e il 15% che comprende libri dedicati agli hobby, all'attualità, i romanzi rosa e i volumi a carattere religioso. La saggistica vera e propria è sotto il 10%.

Confrontando questi dati<sup>8</sup> relativi alla lettura con quelli legati alla produzione libraria, ci si accorge immediatamente della loro strettissima correlazione. Con un più attenzione, e liberi dai pregiudizi del senso comune, è anche possibile azzardare altre due considerazioni. La prima riguarda l'aumento del livello culturale medio: il numero dei lettori è cresciuto e una vasta offerta di informazione è garantita da Internet. La seconda riguarda la

fortunata compenetrazione di più supporti di fruizione: secondo i dati<sup>9</sup> la convinzione che vede la televisione e la rete quali "divoratrici" di cervelli non è verificata; anzi, l'utilizzo di diverse fonti è segno di apertura e flessibilità mentale; e tale vivacità si riscontra nella maggioranza dei lettori forti.

## 3.

POSSIBILITÀ  
E RISCHI

## 3.1 NUOVE OPPORTUNITÀ

Cambiando le regole del gioco, si crea spazio per nuovi giocatori: ogni modificazione in uno schema genera buchi che vanno colmati. La ridistribuzione dei ruoli, l'adozione di nuovi supporti, la scelta di altri canali di vendita richiedono competenze specifiche che potrebbero provenire da settori diversi da quello dell'editoria tradizionale. Potrebbero acquistare importanza figure orientate alla comunicazione visiva come il *graphic designer* e il *designer della comunicazione*. È una lotta tra immagini: poiché le immagini dei prodotti nel web hanno un apparente ugual peso, assumono maggior valenza la copertina, le modalità di presentazione grafica, la capacità di vendere attraverso una comunicazione ben costruita (video-trailer, sito web, viralità, *guerrilla marketing*). In sostanza, se la disputa tra i prodotti avviene unicamente *online*, dove gli strumenti possono essere illimitati e apparentemente gratuiti, la potenza dell'immagine può davvero risultare decisiva.

Inoltre, tenendo conto delle accresciute potenzialità di interazione di supporti quali *tablet* e *smartphone*, non è da escludere che il futuro dei libri sia innovato non solo dal metodo di fruizione, ma anche, e soprattutto, dalla sua creazione. Diversamente dall'originaria forma linea-

re, la stesura di un testo potrebbe svilupparsi secondo logiche inaspettate: visualità e testualità possono contribuire all'ideazione di un prodotto originale. Vi sono già state alcune sperimentazioni: esiste una versione di *Alice in Wonderland* che dimostra la possibilità di una trasformazione multimediale e ipertestuale del testo scritto; interessante anche il caso di *My Fry (The Fry Chronicles)*, Penguin 2010), un libro-applicazione di Stephen Fry anche per iPhone e iPad progettato da Dare e Stefanie Posavec. Oggi è insomma possibile cambiare il modo di fruizione attraverso l'interattività, anche pensando alla fruizione del testo (racconti da viaggio breve in metro, racconti da caffè, per l'attesa).

Il progetto avviene a monte, durante la creazione. Il futuro richiederà all'autore una conoscenza precisa della nuova filiera che andrà a costituirsi, perché sarà chiamato a scrivere "diversamente", mutando la forma stessa del libro. Charles Dickens modificava gli episodi di *Oliver Twist* in itinere, man mano che venivano pubblicati sul giornale: in base all'opinione dei lettori attribuiva più importanza a un personaggio rispetto a un altro, accelerava il racconto o lo rallentava. Dickens si piegava, insomma, al suo pub-

blico. E questo suo "piegarsi" era ricerca di un nuovo modello della forma-racconto: Dickens sfruttò al massimo le potenzialità fornite da un medium diverso (il quotidiano) da quello tradizionale (il libro).

Da sempre, la sperimentazione di un nuovo strumento di rappresentazione – visivo, testuale, sonoro – ha provocato trasformazioni nell'immaginario collettivo, grazie ad artisti, scrittori, musicisti che si inoltravano su strade nuove, non ancora battute. La scoperta della fotografia ha generato una nuova forma d'arte, che a sua volta è stata fonte d'ispirazione per la pittura; prima il pianoforte e poi la chitarra elettrica hanno sconvolto il mondo della musica con proposte sonore totalmente innovative; l'automobile e il treno hanno mutato profondamente la concezione di tempo, determinando correnti artistiche che hanno fatto proprio il culto della velocità; lo studio delle geometrie non euclidee è lo stato spunto per nuove rappresentazioni dello spazio. Quando un nuovo pensiero incrina il modello conosciuto, alcuni lo cavalcano eccitati mentre altri guardano con terrore alla morte del loro rassicurante universo.

L'arcidiacono Frollo in *Notre-Dame de Paris* di Victor Hugo pensava tragicamente a Gutenberg e lo maledice-

va. La stampa, però, non ha distrutto il libro: ha creato un nuovo modo di leggere e un nuovo modo di scrivere; lo stesso si potrebbe dire di blog e di sms: l'uomo si adatta ai nuovi strumenti di cui viene a conoscenza e li fa propri. In sintesi, con l'avvento dell'e-Book, l'autore avrà la possibilità (e forse anche il dovere) di prendere in carico la struttura stessa del libro, e scomporla, sminuzzarla, riorganizzarla in un oggetto rinnovato.

### 3.2 NUOVE VIE PER GLI ESORDIENTI

Per i giovani scrittori “non ascoltati” si aprono orizzonti apparentemente illimitati, dove il successo sembra garantito da ambizione e talento. In questo senso, Internet seduce e promette facilmente: basti pensare ai *blog*, dove centinaia di migliaia di giovani hanno potuto dare voce a pensieri e idee. Se un'esperienza di questo tipo può risultare interessante utilizzata a mo' di diario, oppure se contribuisce a progetti *online* come le *e-zine*, può invece rivelarsi fortemente negativa quando l'utente-scrittore scambia per popolarità una manciata di contatti al proprio sito web e considera questo un successo, trasformandosi da lettore in autore.

Lo svantaggio di un simile atteggiamento sono, in primo luogo, una riduzione dei lettori e un aumento degli scrittori e, purtroppo, l'aumento di scrittori privi di basi adeguate alla stesura di un testo; in secondo luogo si assiste a un incremento della frustrazione d'autore, dovuta all'illusione mediatica di una facile ascesa: la sensazione di onnipotenza prodotta dalla rete, e la successiva consapevolezza di essersi perduti in un caos mediatico, provoca una vera e propria confusione emotiva. Spesso gli esordienti si lamentano di non poter avere riscontro – positivo o negativo – da parte di una casa editrice, cioè un commento autorevole che potrebbe aiutarli nella loro crescita: sul web, invece, si accontentano di ricevere ogni giorno apprezzamenti da utenti che probabilmente non hanno opinioni consapevoli.

Tuttavia la tentazione è troppo forte. Inoltre, una generazione per anni imboccata a “sogni americani digitalizzati”, che continua a incolpare il “regime capitalistico” delle case editrici e si convince di aver prodotto un'opera degna d'essere pubblicata e diffusa, vede certamente nell'e-Book il fortunato successore del *blog*. Il rischio di questa tendenza non è solamente il “rifiuto” di una istituzione – l'editore – ma anche l'immissione nel mercato di testi “incontrollati”, impaginati con *tool* gratuiti, colmi di refusi, quindi “auto-prodotti” nel pieno significato del termine.

Non è da escludere la probabilità che il *self-publishing* si trasformi in un espediente estremamente economico per attestare la paternità della propria opera. Il diritto d'autore è un concetto abbastanza controverso in Italia

e i sistemi per così dire “istituzionali” di registrazione del proprio lavoro hanno costi piuttosto alti.

La spinta alla pubblicazione da parte degli autori è una forza da non sottovalutare. Gli esordienti hanno effettivamente avuto vita difficile negli ultimi anni: alla mancanza di *feedback* dagli editori si sono aggiunte le ansie delle strade alternative, come il *print-on-demand* e le truffe legalizzate ai danni degli scrittori più ingenui. Queste ultime sono nella scia della “stampa con contributo dell'autore” – un ingegnoso sistema di ammortamento danni ideato da case editrici minori, incapaci di sostenere da sole le spese di stampa – e prevedono l'acquisto a prezzo pieno, da parte dell'autore, di un certo numero di copie della propria opera, di modo che la casa editrice ottenga una copertura economica ancor prima di immettere il



prodotto sul mercato (che spesso, tra l'altro, non immette affatto). Si può supporre a ragione, allora, che questa gran massa di scrittori inesperti, insoddisfatti, spesso «incompetenti ma entusiasti» diventi una componente fondamentale per definire gli squilibri all'interno della prossima situazione editoriale digitale. I grandi gruppi si danno battaglia con i piccoli editori per mantenere la propria autorità, le piattaforme liberali stringono accordi con le case minori per accaparrarsi una parte del mercato, e l'ambizione degli esordienti potrebbe sembrare una nuova formidabile risorsa per “avere la meglio” su questo terreno inesplorato. La promessa dell'e-Book, del *self-publishing* in assenza di spese, della linearità delle vetrine online e della suggerita meritocrazia di Internet sono incentivi incredibilmente allettanti per chi è dotato di determinazione e buona volontà, e potrebbero produrre un fenomeno autoriale senza precedenti capace di annullare completamente il vecchio senso del termine «pubblicazione».

Publicare un libro oggi significa raggiungere una meta, superare la barriera dell'accettabilità contenutistica e linguistica, vedere riconosciuto il proprio valore, vincere una selezione accurata. Quando un autore riesce a pubblicare la propria opera non è più scrittore solamente di fronte a se stesso ma anche di fronte alla società che lo riconosce come tale. Potremmo considerare l'intero processo in chiave “tribale” – dall'invio all'accettazione del manoscritto – come un rito di passaggio, molto importante per la crescita personale di uno scrittore. Il maestro de *Il Maestro e Margherita* di Bulgakov, pur consapevole di essere uno scrittore, non sopporta il confronto con il mondo esterno e per questa sua mancanza di coraggio verrà poi condannato. Allo stesso modo, gli esordienti entusiasti di oggi hanno la possibilità di percorrere una strada priva di sbarramenti, che tuttavia rischia di impedire loro il giudizio da parte di un esperto in materia, offrendo in cambio i commenti senza volto di utenti dalle dubbie competenze letterarie.

In una proiezione ottimistica viene data la possibilità all'autore di diventare imprenditore di se stesso, scalzare completamente il passaggio “attraverso” l'editore, e confidare nella speranza, sottesa a tutti i testi auto-prodotti,



di avere creato quello che in gergo viene definito «mucca viola»: quel libro che “acchiappa”, che suscita scalpore, che stregha, che circola grazie al passaparola e diventa famoso.

D'altro canto l'autore che si auto-pubblica si auto-promuove, si auto-vende. Il sistema editoriale tradizionale prevede che l'autore si limiti a scrivere e a presentarsi alle rassegne stampa; le scelte di editing vengono fatte da professionisti del settore che, meno coinvolti “emotivamente” nell'opera, riescono a considerare il libro soprattutto come un prodotto che deve risultare idoneo alla vendita su grande scala. Essere unico produttore della propria opera significa pensarsi contemporaneamente scrittore, correttore di bozze, editor, grafico, esperto di marketing. È chiaro quanto questo processo può risultare traumatico se comparato alla frenetica dinamica della rete. Non è altrettanto chiaro, purtroppo, dove potrà condurre gli autori, così come l'intero mercato dell'editoria.

1. Il diritto d'autore è riconosciuto da un trattato internazionale stipulato a Berna nel 1886, più volte ripreso e perfezionato, e al quale hanno aderito numerosi paesi nel corso degli anni. È stata costituita nel 1967 un'organizzazione apposita (l'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale,OMPI) che tutela questa materia e tenta di risolvere i conflitti che nascono con le trasformazioni tecnologiche e sociali. Alla base dell'insieme dei principi del diritto d'autore sta il riconoscimento della paternità a chi produce un'opera di carattere intellettuale («opere d'ingegno» dice testualmente la legge italiana) di qualsivoglia genere – scritto, musicale, fotografico – nell'immediato istante successivo alla sua realizzazione: l'opera deve quindi portare il suo nome e non può essere attribuita ad altri, né copiata impunemente (diritti morali). Bisogna, tuttavia, disporre di un sistema per certificare la paternità dell'opera: ci si può rivolgere a un notaio, alla SIAE, oppure ad altri servizi a pagamento. È altrimenti possibile applicare alla propria opera una licenza gratuita (Creative Commons, FDL, CopyzeroX, ArtLibre) che stabilisce siano le limitazioni di fruizione dell'opera da parte di terzi; questa soluzione viene spesso utilizzata come tutela, sebbene a livello giuridico ci sia un po' di confusione a riguardo. Per maggiori informazioni sulle licenze si faccia riferimento a <http://www.copyleft-italia.it/>

2. Così li definisce Paolo di Stefano, giornalista della redazione online del Corriere della Sera, in un suo articolo: [http://www.corriere.it/cultura/09\\_agosto\\_03/distefano\\_poeti\\_scrittori\\_editori\\_8199eef2-7ff3-11de-bb07-00144f02aabc.shtml](http://www.corriere.it/cultura/09_agosto_03/distefano_poeti_scrittori_editori_8199eef2-7ff3-11de-bb07-00144f02aabc.shtml)

### 3.3 I TIMORI DELLE CONSEGUENZE

Trovare il proprio spazio nel digitale può significare dover sconvolgere i propri schemi: compiere il salto dalla linearità dell'oggetto alla dinamicità dell'ipertesto, dalla singola funzione al *multitasking*, dal senso del tempo regolato dalle distanze spaziali a quello annullato delle connessioni elettroniche.

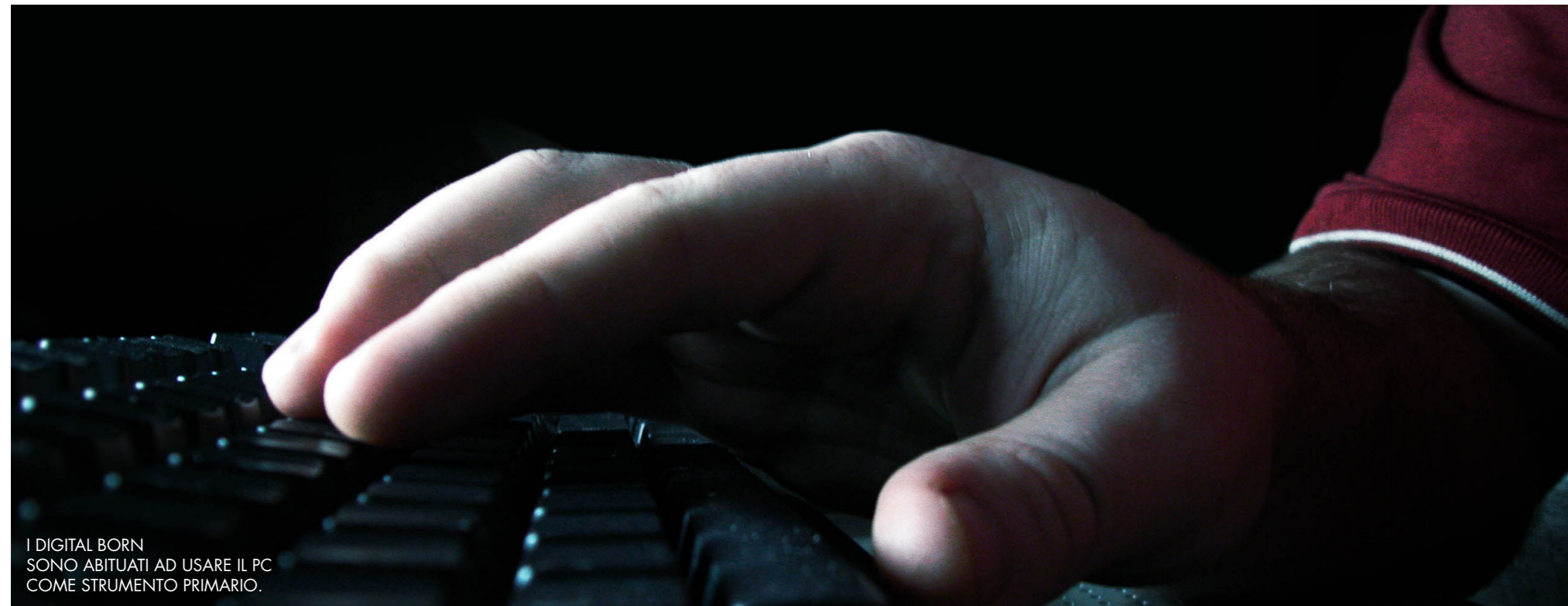
I cosiddetti *digital born* (nativi digitali) imparano tutto questo nell'infanzia, adattando la loro mente ai computer e ai videogame, mentre agli individui più adulti è richiesto un apprendimento forzato. Questo "salto" è incredibile ed eccitante, in quanto genera schemi e strutture complesse, impensabili fino a cinquant'anni fa; è un alle-

namento che facilita l'estensione potenziale della mente; ci consente di fruire di informazioni da diverse pagine web contemporaneamente, seguendone le modificazioni aggiornate in tempo reale e ricordando i passaggi che ci hanno permesso di raggiungere quella determinata informazione; impariamo a visualizzare la struttura della conoscenza acquisita non più come una linea omogenea ma come frammenti collegati tra di loro; cambia il modo di leggere – come se si facesse scansione della pagina per capire quale paragrafo possa essere interessante –; il metodo con cui immagazziniamo concetti diventa anch'esso dinamico e instabile: gli orizzonti si dilatano ma la conoscenza difficilmente si deposita.

Da un lato, questo dilatamento possiede un carattere notevole e la consapevolezza di poter inseguire i più svariati

collegamenti all'interno della rete è una sensazione forte; dall'altro, quando si pensa ai limiti dell'uomo di fronte alla macchina – l'impossibilità di seguire ogni link, l'incapacità di poter fruire di ogni singola informazione, l'effetto di compressione dovuta all'eccesso di stimoli esterni – si è obbligati ad operare scelte che spesso portano l'individuo alla frustrazione.

Questo è un fattore positivo per il mondo e-Book, perché la crescente "simbiosi" con la tecnologia e l'abbandono graduale delle forme di espressione e funzioni analogiche aiuta ovviamente il business legato alla vendita dei *reader*. Se letto però da un diverso punto di vista, l'abbandono dei dizionari cartacei e delle enciclopedie tradizionali a favore dei vari servizi presenti sulla rete – dai vocabolari online a Wikipedia – minaccia una corretta

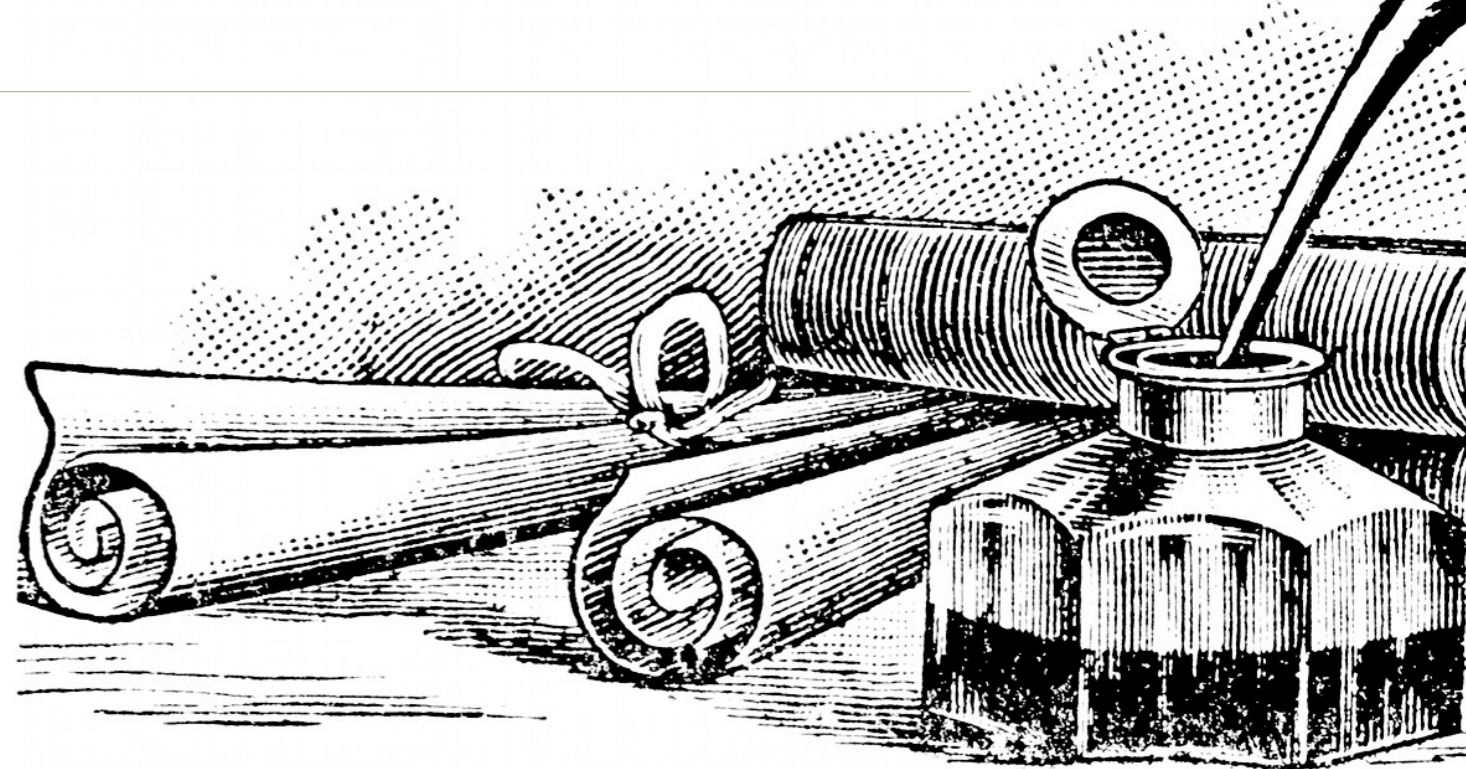


I DIGITAL BORN SONO ABITUATI AD USARE IL PC COME STRUMENTO PRIMARIO.

percezione dell'autorevolezza di un'informazione: l'utente pone infatti sullo stesso piano un articolo presente sul sito de Il Corriere della Sera, la definizione fornita su Wikipedia e il post in un blog del "signor Nessuno", generando un vero e proprio processo di incertezza dell'attendibilità. È frequente incontrare giovani inconsapevoli dei motivi per cui bisogna fidarsi di un libro più che di un sito web, o ignari del fatto che lo UCG (User Content Generated) difficilmente passa le informazioni al setaccio di un esperto riconosciuto, e quindi potrebbero essere informazioni false o imprecise. Con ciò non si vuole condannare la produzione di contenuti da parte degli utenti che, anzi, rappresenta uno degli aspetti più coinvolgenti e, talvolta, utili dell'intera Internet. Bisogna tuttavia aver consapevolezza di questa rischiosa tendenza ad attribuire credibilità a tutto quel che viene scritto online, perché porta all'abitudine di una non verifica e, fondamentalmente, equivale a credere a una cosa per "sentito dire".

Il fenomeno di *self-publishing* e il processo di aggiramento dell'editore può mostrare la corda: la mancanza di controllo sui contenuti, unita all'incapacità dell'utente-lettore di riconoscere l'autorevolezza di una fonte, disegna scenari tutt'altro che confortanti. Immaginiamo un futuro (nemmeno troppo lontano) privo di librerie: gli *store* propongono i volumi senza alcuna distinzione – i classici e i libri auto-prodotti; gli scrittori, stanchi di attendere risposte dalle case editrici, fanno di testa loro inondando il mercato di e-Book; annullate le spese di stampa, si pubblica qualsiasi cosa, anche testi di poche decine di pagine, dalle ricette di cucina alle proprie considerazioni sul governo; anche l'utente più esperto inizia a faticare.

In una simile condizione, non proprio così distopica, come si potrà decidere cosa leggere? Quale sarà il filtro tra autore e lettore? Di chi potremo fidarci? Seguiremo i giudizi e i commenti comuni, cercando il voto del pubblico? O forse sceglieremo con ancor più convinzione i volumi della casa editrice che riteniamo più affidabile? In questo senso il concetto di lettore va riformulato completamente: non può essere lasciato a se stesso, necessi-



ta di una nuova educazione all'acquisto e alle dinamiche di base del mercato. La prima conseguenza intuibile è la riduzione del numero dei lettori deboli, arrendevoli di fronte a tante difficoltà preliminari.

Analizzando le direzioni e le forze dei vari vettori in gioco, si riesce ora ad avere una percezione – non ancora un'immagine ben definita – della situazione editoriale di oggi: instabile, perché teatro di guerre in atto tra editori, distributori e scrittori; imprevedibile, in quanto sottoposta ai *feedback* di lettori non sempre consapevoli delle proprie scelte; e a tratti insensata, per via della perdita di stabilità del significato di alcuni concetti cardine quali «pubblicazione», «libro»<sup>3</sup>, «autore».

3. Nel commentare l'intervento *The Whatness of Bookness* (La cosità della Libritudine) di Philip Smith, Edward Hutchins aggiunge alcune caratteristiche il cui possesso avvicini alla 'libritudine':

«sono le pagine, la copertina, la rilegatura, la sequenza, la narrazione, le illustrazioni, l'indice, la durabilità, la portabilità, la forma, lo scopo, il significato, l'uso, la ricezione, il numero ISBN, l'esser suscettibile di conservazione in uno scaffale, etc. Più un libro ha queste caratteristiche, più ha 'libritudine'»

## 4.

## IL FLOP DEL 2000

## 4.1 SCOPPIO DELLA BOLLA SPECULATIVA

Il successo dell'e-Book è il primo fondamento dell'editoria digitale e, sebbene spesso sia dato quasi per scontato, non è ancora un fatto assodato: già una volta le aspettative sono state deluse e non vi è alcuna garanzia che l'episodio non si ripeta.

Il primo fallimento del libro elettronico risale infatti all'anno 2000, durante il cosiddetto «*flop*» che ha portato alla chiusura di moltissime *dot.com*. Apriamo adesso una parentesi per approfondire questo avvenimento che assume grande importanza nell'analisi.

Si tratta probabilmente della conseguenza economica di una “bolla speculativa” che, a partire dalla metà degli anni '90, è andata gonfiandosi di sogni e ambiziosi investimenti fino al punto di esplodere all'inizio del nuovo secolo. Tale bolla speculativa ha preso forma nel corso della prima, entusiastica fase strettamente legata allo sviluppo dei servizi Internet<sup>1</sup>. Negli anni della bolla, gli imprenditori decidono di investire in questo nuovo «Internet» al quale attribuiscono qualità misteriose e talvolta idealizzate; ci si lancia nel business delle nuove tecnologie anche ad occhi chiusi, appoggiando idee poco strutturate e per niente valide<sup>2</sup>.

Le prime avvisaglie della crisi della new economy arri-

vano in Italia nella primavera del 2000. La bolla comincia a sgonfiarsi fino a rompersi, dopo la grande illusione alimentata dalle certezze sull'imminente successo di un *e-commerce* in realtà mai decollato. In pochi mesi l'entusiasmo svanisce, lasciandosi dietro una montagna di debiti. La crisi della new economy spazza via molte imprese e, quando il decimato drappello dei sopravvissuti pensa di aver scampato il pericolo, arriva l'11 settembre 2001: l'attentato alle Twin Towers e al Pentagono porta via anche l'ultimo residuo di ottimismo che aleggiava attorno alla new economy e alle aspettative di una ripresa a breve.

La grande rivoluzione libraria di fine millennio si rivelò, quindi, una grande “bufala”. Si è fatto cenno alla dimensione strettamente economica dell'accaduto – lo scoppio

della bolla – che fornisce da sola le cause della caduta di un sistema costruito sulla “aspettativa tecnologica”. Di tale sistema, l'e-Book non è che un singolo elemento, troppo giovane forse, o troppo poco vantaggioso per avere la capacità di trovare un ruolo stabile all'interno del mercato.

## 4.2 MOTIVI DEL FLOP

Ma è corretto attribuire la colpa del fallimento alla sola bolla speculativa? La caduta va banalmente ricondotta ad una situazione economica vacillante?

All'alba del 2011, nel pieno della seconda ondata d'entusiasmo per l'e-Book, analizzare le motivazioni del primo

1. Questo ciclo viene definito New Economy o «era delle dot.com»; inizia nel 1995 con la quotazione in borsa di Netscape, la società che sviluppò il primo *browser* commerciale per Internet, e termina a cavallo tra 2001 e 2002 con lo scoppio della bolla speculativa, la recessione economica e le conseguenze dell'11 settembre 2001. Lo scoppio della bolla speculativa finanziaria portò a un rapido crollo degli indici del Nasdaq, che dal valore record del 10 marzo 2000 di 5.132,52 punti perse il 9% in tre giorni innescando poi la caduta delle quotazioni che portò alla scomparsa di molte dot.com.

2. È possibile individuare all'interno della scia di questa bolla-meteora pronta a schiantarsi le radici dell'editoria online. Nella metà degli anni '90 «USA Today» inaugura la propria edizione *online* con 75 redattori elettronici e 225 collaboratori esterni. L'esordio sul Web dei giornali italiani risale al 1995. Nella primavera del 1995 arriva anche il “Corriere della Sera”, prima grande testata sbarcare sul Web (insieme alla Gazzetta dello Sport) con una versione HTML del quotidiano stampato. Nell'aprile del 1996 scende in campo “la Repubblica”, in occasione delle elezioni politiche.

fallimento può essere utile per acquisire una chiave di lettura adeguata alla situazione odierna.

Innanzitutto, nel 2000 si lamentava una certa scarsità di titoli: la conversione da cartaceo a digitale era un processo piuttosto costoso, e agli editori non sembrava vantaggioso investire troppo denaro per un business appena nato. La bassa disponibilità di libri non incentivava l'adozione dei *reader* che venivano percepiti come acquisti "a rischio". Oggi questa problematica non è del tutto risolta, ma sembra si stia lavorando nel verso giusto, procedendo alla digitalizzazione di un vasto numero di opere, così da soddisfare un'ampia gamma di lettori.

Un secondo motivo del fallimento può essere trovato nel prezzo di vendita degli e-Book: troppo elevato (molti costavano quanto i loro corrispettivi cartacei) perché la carta fosse sacrificata. Molti lettori manifestano tendenze feticiste e necessitano di incentivi potenti per rinunciare al possesso fisico dell'oggetto-libro. Allo stato odierno delle cose, si presenta spesso la stessa problematica: è facile notare l'esigua differenza (pochi euro) tra il prezzo di copertina di un best-seller e quello del suo corrispettivo digitale.

L'incapacità di far fronte alla grande richiesta di magazine e quotidiani digitali è stato un altro errore rilevante. Le testate in formato e-Book non erano che una semplice trasposizione degli equivalenti cartacei e non rappresentavano pertanto alcun "valore aggiunto" attribuibile ai nuovi supporti. Possiamo immaginare che si sia persa così un'occasione per convogliare i lettori all'utilizzo dei *device* elettronici.

C'è da dire che nel 2000 non si era tecnologicamente pronti: il sistema di visualizzazione *e-Ink* non era bene implementato nei supporti e si incitava alla lettura su PC, palmari e *smartphone*. Si pretendeva più di quel che si poteva offrire sia per supporti che utenti: i primi non abbastanza soddisfacenti in quanto esperienza di lettura, i secondi non ancora pronti ad un "salto digitale" così improvviso. Ricordiamo che il mondo non aveva anco-

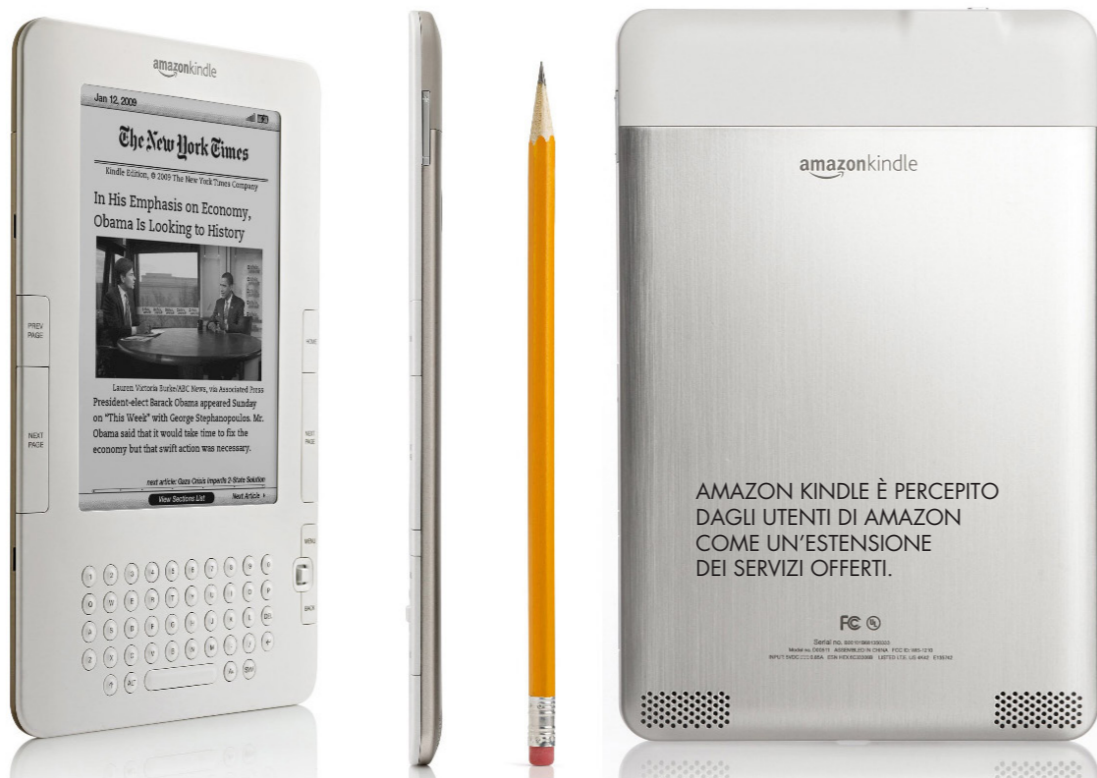
ra visto la nascita dell'iPod e le tecnologie, insomma, si intuivano ma non erano ancora entrate nell'immaginario comune.

### 4.3 LA SITUAZIONE ODIERNA

In questi ultimi anni la situazione è cambiata radicalmente: i *device* capaci di connettersi alla rete sono percepiti come oggetti di uso quotidiano (ne riconosciamo appieno l'utilità e talvolta ne sentiamo la mancanza); *smartphone* e *tablet* di nuova generazione hanno aumentato la capacità di fruire informazioni a seconda dei bisogni dell'utente; e questa "comodità tecnologica" è entrata a fare parte del nostro stile di vita a tal punto che non esser preparati rappresenta quasi un deficit. Gli utenti di oggi sono abituati a leggere, lavorare, interagire con gli

schermi: sono pronti ad abbandonare la carta del libro per adottare uno strumento più avanzato, specialmente se si tratta di uno dei *reader* disponibili oggi sul mercato. Non si parla più di display fastidiosi per gli occhi, o di supporti pesanti e scomodi. Negli ultimi anni si è giunti a una uniformazione delle caratteristiche dei vari *Kindle*, *Booken*, *BeBook*, *Kobo*, etc<sup>3</sup>: capacità di archiviazione di migliaia di titoli, schermi con tecnologia *e-Ink*, peso di poche centinaia di grammi, possibilità di aggiungere note e sottolineature, connessione Wi-Fi e 3G<sup>4</sup>, supporto per file video<sup>5</sup>.

Il problema *hardware*, risolto per quel che riguarda l'esperienza di lettura, rischia di riproporsi in altra maniera: i *reader* in commercio sono numerosi e dotati di *software* differenti, perciò si verificano spesso incompa-



tibilità con i formati degli e-Book. A questo si aggiunge il problema rappresentato dai sistemi anti-copia adottati da molti produttori che, riducendo l'usabilità, rendono più difficoltoso un primo avvicinamento al mondo e-Book. La protezione DRM (Digital Right Management) è la più diffusa e in certi casi limita fortemente l'utilizzo del file, circoscrivendolo ad una determinata area geografica o a un solo supporto; queste limitazioni rappresentano talvolta un disagio per l'utente che non può fruire del proprio acquisto liberamente<sup>6</sup>.

Un'ultima motivazione – forse la più incisiva – del flop del 2000 viene riassunta da Jeff Gomez in un passo del suo libro *Print is death*<sup>7</sup>: «l'e-Book è la risposta ad una domanda mai stata posta». L'e-Book doveva andare a sostituire un prodotto (il libro) che ha sempre funzionato (e tuttora funziona) perfettamente: un'impresa ardua, non essendoci un reale bisogno da soddisfare. Questa motivazione scioglie da sola l'intera matassa: il fallimento di un prodotto inutile non è avvenimento di difficile interpretazione. Nemmeno il marketing è riuscito a creare intorno ad esso un valore tale da produrre interesse nel consumatore.

Riassumendo, il primo fallimento dell'e-Book è riconducibile a: un prodotto "povero" (di difficile posizionamento nel mercato), alla mancanza di una cultura tecnologica diffusa, all'*hardware* troppo arretrato, alla bassa disponibilità di titoli e, in generale, alla carenza di incentivi pratici e/o economici per gli utenti.

Molti di questi problemi sono stati risolti. L'*hardware* di oggi è molto avanzato e permette un'esperienza di lettura gradevole e il marketing punta proprio sugli aspetti tecnologici: grande capacità di memoria, connessione diretta alla rete, simulazione della carta, possibilità di "settare" la dimensione del carattere per la lettura, leggerezza nel peso, durata della batteria. Un ottimo prodotto, certamente, che purtroppo viene spesso acquistato a mo' di feticcio e poi non viene usato nella sua complessità. Per quanto riguarda i titoli disponibili, la povertà del 2000 è

solo un ricordo: tralasciando la situazione italiana (ancora arretrata e qui si potrebbero dare dei dati anche in evoluzione), la statunitense Amazon rende disponibili più di 250mila titoli acquistabili comodamente con un click. Sembra essere il momento buono. Siamo forse di fronte all'inizio della rivoluzione più volte annunciata.

Solo a un punto non è stata data risposta. L'e-Book risolve un problema? Soddisfa un'esigenza? Per poter sostituire il libro, il reader deve necessariamente offrire qualcosa di più. Gli utenti possono essere ingannati dal marketing, possono fare acquisti indotti da false promesse, ma non continueranno ad usare un prodotto che non li soddisfa pienamente.

È vero quel che si dice: siamo vicini ad un grande cambiamento. Tuttavia si pensa di poter trovare la chiave di volta nell'aspetto tecnologico del problema e si lavora per risolvere i "problemi tecnici". L'aumento di titoli disponibili è fondamentale, così come la buona resa dell'*e-paper*, ma rappresentano solo problemi superficiali. Sarebbe un po' come dire che si sta sui social network perché la connessione a banda larga è efficiente: il supporto *hardware* è una necessità di fondo, ma non la causa dell'utilizzo dei social network.

Perché le persone dovrebbero abbandonare i confortanti libri fatti di carta? Quali sono i reali vantaggi nel passaggio all'e-Book?

I plus sfruttati dal marketing sono facilmente opinabili: avere con sé centinaia di titoli è pressoché inutile, se teniamo conto che solo un ottavo della popolazione italiana legge almeno un libro al mese; la durata della batteria è ridicola se confrontata al ciclo di un volume cartaceo.

Così come viene proposto oggi, l'e-Book risulta essere un simulacro del libro di carta: i contenuti vengono semplicemente trasferiti su un supporto più costoso e meno accattivante a livello sensoriale.

L'e-Book è un vero e proprio medium. Non può trovare un suo posto come semplice sostituto di un altro medium che svolge il proprio compito con elevata efficienza da diversi secoli.

Deve cessare di essere una mera simulazione e trovare una sua identità.



3. Si fa riferimento ad alcuni dei più noti e-Book *Reader* in commercio. È possibile consultare una lista completa e aggiornata su <http://www.ebookreaderitalia.com/>

4. Solo le versioni più recenti dei *reader* dispongono delle connessioni Wi-Fi e 3G.

5. Ancora in fase di sviluppo.

6. I due sistemi di protezione più diffusi sono Adobe DRM e Social DRM (*Watermark*). La prima è una protezione molto vincolante, perché limita la libertà di copia, di stampa e di condivisione; ha certamente un elevato grado di controllo, ma rimane legata ad un determinato supporto (e talvolta ad una zona geografica), quindi limita la portabilità dell'acquirente. La seconda funziona in maniera analoga all'*ex libris*: è una filigrana virtuale che inserisce all'interno dell'e-Book i dati dell'acquirente; questo dovrebbe dissuadere dalla condivisione pirata.

7. *Print is dead*, Jeff Gomez, Palgrave Macmillan, 2009

## 5.

PREMESSE  
AL CONCEPT

## 5.1 LA DIGNITÀ DELL'E-BOOK

È mia opinione che l'e-Book così come lo conosciamo oggi – in quanto simulazione di un libro – non avrà molto successo. I vantaggi del libro elettronico – leggerezza, memoria, vocabolario interno, connessione alla rete, *customizzazione* del carattere – non compensano l'assenza delle naturali caratteristiche del volume cartaceo: poterlo sfogliare rapidamente per deciderne l'acquisto, poterlo personalizzare con una dedica per farne un regalo, poter annusare e accarezzare le singole pagine, apportare sottolineature e note indelebili (renderlo proprio), piegarlo nella mano mentre si passeggia. Il libro di carta è davvero un medium perfetto e il suo successore non può esserne semplicemente una virtualizzazione: deve possedere una serie di *plus* che soddisfino i bisogni contemporanei, ossia deve essere un oggetto inserito nel contesto odierno.

Deve funzionare come uno strumento capace di operare oltre i limiti del supporto cartaceo, senza per questo mirare a sostituirlo.

Deve, insomma, trovare una propria identità.

Siamo realmente di fronte a qualcosa di straordinario: una volta digitalizzati tutti i libri, avremo la possibilità

di accedere in ogni momento, da qualsiasi luogo a tutto, o quasi. È un sogno che si realizza e, se sviluppato in maniera corretta, potrebbe davvero rappresentare una svolta culturale.

Tuttavia in questi anni ci si è forse mossi in una direzione poco idonea alla complessità della questione, cercando di ridurre il gap tra *reader* e libro, potenziando l'*hardware* e sviluppando un prodotto altamente commercializzabile. I supporti di oggi sono splendidi oggetti che però sembrano rispondere solo alla domanda «Come possiamo somigliare il più possibile ai libri?».

Qui sta l'errore. Che senso ha per un utente acquistare un prodotto che somiglia ad un altro ma non lo eguaglia? Si potrebbe obiettare elencandone i vantaggi, ma ci si renderà immediatamente conto che non sono sufficienti a giustificare le altre mancanze.

È il momento di domandarsi cosa invece i *reader* possono fare in più dei libri. Quali sono i limiti della carta? Quali sono i bisogni latenti che i supporti cartacei non hanno mai soddisfatto per la loro natura statica?

Nelle risposte a questa serie di domande potrebbe risiedere l'identità di un oggetto capace di affermarsi come successore del libro.

Concentriamoci sulle potenzialità del supporto fisico, o *reader*. Al momento, le funzioni più innovative sono quelle di memoria e di vocabolario, che effettivamente superano in prestazione il libro di carta: poter portare con sé un gran numero di volumi e accedere al significato di una parola che non si conosce sono senza ombra di dubbio piacevoli comodità. Tali vantaggi purtroppo non risolvono bisogni indispensabili e sembrano piuttosto degli incentivi all'acquisto.

Il *reader* potrebbe certamente offrire di più. Ha un processore, una memoria non volatile, uno schermo, una tastiera per l'input, una connessione alla rete: in sostanza è un computer portatile molto leggero. Le prestazioni sono ovviamente ridotte: non può supportare giochi e *software* che richiedano un profilo *hardware* elevato, tuttavia può servire per tutte quelle attività di semplice fruizione (come la lettura di testi) che, se svolte al PC, alla lunga possono risultare scomode; soprattutto permette una maggiore portabilità.

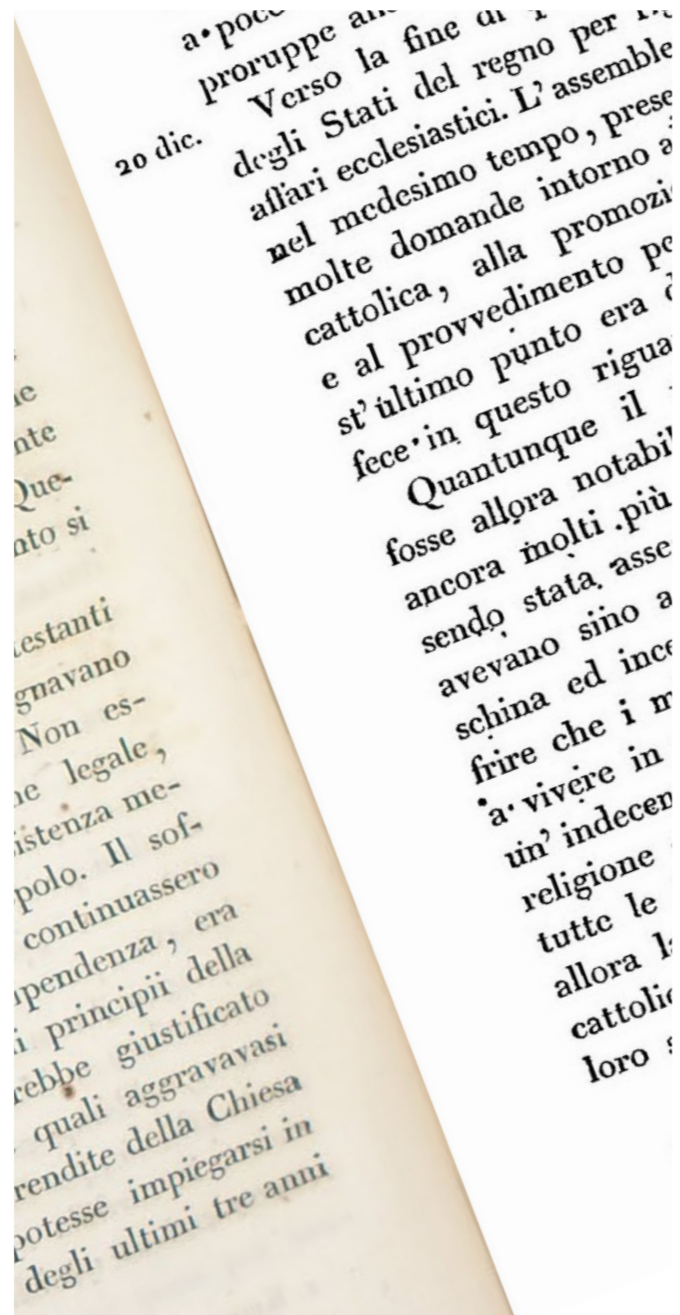
Su principi simili si basa il concetto di *tablet* (iPad, Galaxy) che però offre all'utente prestazioni quasi paragonabili a quelle di un laptop.

Svolgere più comodamente attività che possono essere eseguite solo a computer è già un grande vantaggio, al quale è facile trovare un'applicazione pratica. Uno dei limiti del supporto cartaceo è l'impossibilità di far fruire all'utente informazioni "non pubblicate" (spesso perché di dubbio gusto o di legalità discutibile). Sulla rete circolano *e-zine*<sup>1</sup> e testi di cultura underground che trattano gli argomenti più svariati: *hacking*<sup>2</sup>, *lockpicking*<sup>3</sup>, anarchia, ipnosi, misticismo, costruzione di armi, tecniche di vandalismo, sesso. Non essendo chiaramente reperibili in libreria, l'unica maniera per accedere a questo tipo di letture è attraverso uno schermo o stampando il file con la propria stampante. Lo stesso si può dire dei *tutorial* per *software* professionali (fotoritocco, grafica vettoriale, manipolazione video) che spiegano tecniche più avanzate rispetto a quelle descritte nelle guide in vendita.

La manualistica prodotta dagli utenti è varia e spesso alcuni "titoli" riscuotono un discreto successo tra gli amatori. Già solo rispondendo a questo bisogno, *reader* e *tablet* potrebbero avere mercato per un target di individui interessati ad una formazione non ordinaria.

Questo esempio di applicazione pratica dimostra l'effettiva possibilità per l'e-Book di un suo universo proprio. I *device*, in realtà, fanno molto di più! La potenza della tecnologia sta nella connessione alla rete; la stessa fruizione dell'informazione è strettamente legata ad essa. Internet permette di accedere quasi a tutto – dall'acquisto dei biglietti per un concerto, agli orari del tram – e il nostro bisogno di connettività ci spinge al possesso di apparecchi che ci consentano di tenere la connessione sempre a portata di mano. La grande mancanza di Internet, fino ad oggi, è stata l'assenza di un contenuto autorevole (i libri); quando, però, tutti i titoli saranno digitalizzati, ogni *smartphone*, computer, *tablet*, o altro oggetto capace di garantire un collegamento alla rete, diventerà un portale per la conoscenza.

Mentre lo *smartphone* ha uno schermo troppo piccolo per una fruizione comoda, e il *laptop* è troppo ingom-



brante per una completa portabilità, *tablet* e *reader* rappresentano il connubio ideale per accedere ad ogni tipo di contenuto.

Questo genere di supporti (dalla dimensioni di un'agenda) avranno successo con o senza il "fattore e-Book" non appena il loro utilizzo entrerà a far parte del quotidiano. Non è da escludere un futuro poco distante in cui i *tablet* sostituiranno l'utilizzo dei *laptop* per gli utenti privi di esigenze professionali (un processo simile a quello che ha relegato il computer fisso ai soli uffici). L'accesso alla rete raggiungerà alti gradi di portabilità e di funzionalità: potremo estrarre dalla borsa un libro elettronico che ci permetterà di guardare un film, leggere il giornale, comunicare con il mondo, fare il download dell'ultimo best-seller. È possibile ipotizzare una omogeneizzazione del contenuto così completa da cancellare gradualmente le antiche etichette – video, libro, sito web – e farci pensare in termini di semplice *e-content*.

Riconfermo ora quanto si è già accennato a proposito dei nuovi modelli di creazione: vedremo la nascita di forme ibride di animazione e testo, di interazione e fruizione. È un campo dalle vaste possibilità e risulta impossibile formulare previsioni accurate. Viene, inoltre, difficile catalogare i vari oggetti, distinguere cosa sia un'applicazione e cosa un e-Book.

Meglio però abbandonare quest'area "sperimentale" e concentrarsi su un evento che riguarda unicamente gli e-Book nella loro originale sostanza di contenuto testuale in forma di libro.

1. Rivista periodica elettronica distribuita per mezzo di e-mail o pubblicata su un sito web.

2. In questo caso ci si riferisce alle tecniche di violazione di un sistema informatico. Per una descrizione più generale del termine: <http://it.wikipedia.org/wiki/Hacking>

3. Il *lockpicking* è lo studio delle tecniche di apertura delle serrature. Maggiori informazioni su <http://www.lockpicking.it/>

L'evento in questione è il "completamento" di Internet. Oggi la rete viene utilizzata per comunicare, informarsi, comprare oggetti, ma generalmente non rende possibile l'approfondimento: si esegue una ricerca per argomento, posso trovare alcune definizioni, posso "farmi un'idea"; quando però decido di andare più a fondo mi trovo costretto ad abbandonare Internet in favore di una libreria dove sia possibile acquistare un volume sull'argomento. Internet mi consente di scoprire chi è un autore, ma generalmente non rende disponibile l'opera completa. Se la rende disponibile, la lettura a computer risulta poco piacevole.

Con *tablet* e *reader* quest'ultimo problema si annulla. Il punto cardine resta tuttavia la disponibilità dell'opera. L'evento rivoluzionario è la digitalizzazione dei libri, interpretato come immissione di cultura all'interno della rete e quindi completamento della stessa.

Quando questo avverrà, Internet sarà il più potente strumento d'apprendimento mai esistito. *Tablet* e *reader* ne diventeranno le comode porte d'accesso.

## 5.2 IL MERCATO DI MARRAKECH

RACCONTO di MATTEO DI PASCALE

Immaginiamo di essere in un grande mercato coperto, pieno di bancarelle bene allineate una a fianco all'altra. Ogni banchetto espone merce eterogenea, oggetti attraverso cui si può guardare, libri da leggere, cuffie che suggeriscono suoni all'orecchio. Setacciare a fondo anche solo una bancarella richiederebbe giornate intere, così si passeggia tirando giusto qualche occhiata a destra e a manca, cercando di farsi guidare dall'istinto e dalle etichette che descrivono i vari elementi. Non vi è un punto d'inizio. La fila in cui si inizia a camminare si estende a vista d'occhio sia avanti che indietro, e ogni traversa è anch'essa apparentemente illimitata, così che sembra di trovarsi dentro ad una griglia di strade infinite. Ma siamo solamente al livello *n* e ci sono più livelli



LA RETE PARAGONATA AD UN GRANDE MERCATO DOVE È FACILE PERDERSI.

di quelli che riusciremmo a visitare. Un mercato fatto di un numero indefinito di griglie costituite a loro volta da un numero indefinito di strade.

Ci accorgiamo che, pure stando fermi, gli oggetti sui banchi mutano di numero e di forma senza che ci venga dato il tempo materiale per visionare tutto: tanta è la mutevolezza della Rete!

Ci rendiamo conto che spazio e tempo non si percepiscono più, così che la nostra prima rappresentazione perde un poco di senso e ci è permesso di spostarci istantaneamente di griglia e di strada, saltando *random* da un punto all'altro del mercato, seguendo link e indirizzi. E ci moltiplichiamo – allo stesso ritmo delle pagine del *browser* – e ci diffondiamo nella Rete spulciando tra la merce esposta. Talvolta anche noi lasciamo qualcosa di nostro:

rischiamo di dimenticarne la posizione, lo perdiamo nel caos mediatico.

Ascoltiamo musica, guardiamo film, parliamo con amici, leggiamo notizie, scriviamo opinioni; tutto questo dividendoci tra più punti di questo mondo in continua mutazione. Intanto subiamo input da ogni lato, persone e messaggi escono dalle bancarelle per attirarci, ci vengono offerte occasioni, nuove strade, nuovi luoghi preferiti, siamo tentati da entità che ci hanno osservato attentamente.

Il contenuto aumenta, e non possiamo fermarlo. Azzeriamo tutto e chiediamo a qualcuno di fare una ricerca per noi. Questa persona raccoglie gli oggetti a gruppi di dieci o di venti e ce li mette di fronte. Non sappiamo da quale bancarella li ha presi, dobbiamo seguirne la scia per scoprirlo.



Con pochi sguardi capiamo se un oggetto ci interessa o meno. Pochi secondi e ne siamo consapevoli. Di solito usciamo dal mercato con alcuni ricordi e, nel caso, un pezzetto di carta su cui abbiamo segnato il nome di un libro da andare a prendere altrove, nel mondo reale. Ora invece entrano nella rete anche oggetti a fruizione “lenta”.

Al mercato si aggiunge anche una biblioteca, il numero degli scaffali è indefinito, così il numero dei libri, così il numero dei piani e delle stanze.

Mercato e biblioteca si mescolano. Se chiediamo di fare una ricerca compaiono sia i vecchi elementi che libri ammassati. Alcuni hanno marchi conosciuti, altri simboli mai visti prima, altri ancora non ne hanno alcuno. E mentre attendiamo, il numero di volumi aumenta, e aumenta, senza controllo; quelli in lingua straniera vengono

automaticamente tradotti; mentre apriamo un volume, troviamo all'interno decine e decine di rimandi ad altre stanze, ad altri scaffali.

Gli stimoli sono troppi. Aumentano mano a mano che fruiamo informazioni, parliamo, ascoltiamo. Diventa un circolo vizioso. A causa del troppo rumore, delle immagini invadenti, prendiamo il primo volume che pensiamo ci interessi e scappiamo da lì, non riuscendo a dare un occhio anche agli altri.

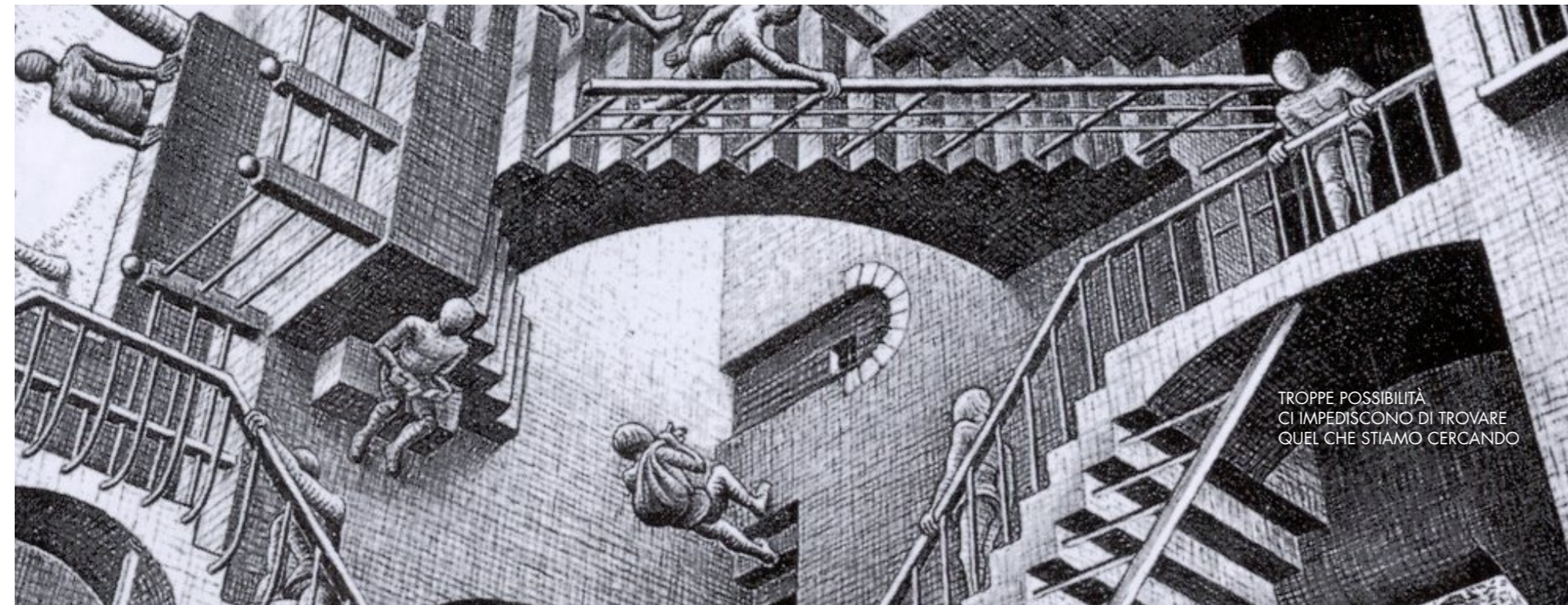
### 5.3 UN PROBLEMA LATENTE

Nella Internet “completa” sarà facile perdere di vista il primo motivo del nostro ingresso. Capita già adesso, in parte. La troppa ricchezza di materiale ci impedisce di trovare quello che cerchiamo, e spesso addirittura

ci svia, facendoci seguire nuove strade che in verità non sono quelle a cui siamo interessati.

Per adesso esistono due mondi distinti – Realtà e Internet – che si completano a vicenda. Si vive nel primo e si fruisce appieno del secondo mediante determinati rituali (accendere il computer). Con *tablet* e *reader* resta invece una finestra sempre aperta e a portata di mano: la Rete si arricchisce di materiale mentre la Realtà si svuota di contenuto audiovisivo e testuale (librerie e videoteche deserte) e si tappezza di porte d'accesso a quell'altro mondo.

Il futuro è una stanza spoglia con un unico libro elettronico che dà accesso ad un universo colorato e confuso. Si potrebbe adesso rimaneggiare il mito di Teuth<sup>4</sup>. Se questi proponesse una seconda invenzione al suo sovrano:



«Ho inventato l'accesso alla più grande conoscenza di sempre: tutto quello che è stato scritto e tutto quello che sarà prodotto. Passato, Presente e Futuro dentro un solo oggetto», Thamus potrebbe rispondergli: «Tu hai inventato solamente la *possibilità* di un apprendimento perfetto. Hai trovato il modo per far perdere la via a chi vuole conoscere».

Il problema latente è causato dalla troppa abbondanza di materiale: se gli stimoli sono eccedenti, noi ci perdiamo. Anche una ricerca diventa difficoltosa e rischia di risultare poco proficua. Motori come Google eseguono algoritmi che ci propongono elementi ordinati per pertinenza alle parole chiave; è un “ragionamento meccanico” che pone sullo stesso piano ogni genere di contenuto, autorevole o prodotto dall'utente. Funziona perfettamente quando si ha bisogno di un'informazione singola, purtroppo non si può dire lo stesso per quel che riguarda una ricerca più approfondita a scopo di studio. Fintanto che Internet resta uno strumento per la comunicazione e l'informazione “rapida” il suo potenziale viene sfruttato al massimo, quando diviene un'enorme biblioteca digitale rischia di perdere utilità per gli utenti. Ovviamente non mi riferisco a coloro che hanno già un desiderio mirato (ad es. conoscono il titolo che cercano) ma a quelli che sono interessati ad uno o più argomenti e vogliono approfondire o ampliare le loro conoscenze.

Allora nel nostro (quasi) illimitato mercato avremo bisogno di una guida che conosca il nostro profilo di interessi e competenze e ci assista tra bancarelle e scaffali. Sapendo cosa vogliamo, può proporci percorsi d'apprendimento, mostrarci quali sono i volumi che mancano al nostro bagaglio culturale, filtrare insomma la moltitudine e porre dei limiti alla quantità esagerata di materiale disponibile. Soprattutto, abbiamo la necessità che questa guida personale ci mostri i collegamenti tra i vari elementi. Deve costruire legami fra gli oggetti secondo le nostre esigenze.

Questo procedimento (forse di difficile realizzazione) è anche alla base delle riflessioni di Alan Kay, l'inventore

del Dynabook: doveva essere uno strumento capace di creare legami tra i testi, mostrando strade nuove e suggerendo percorsi per incrementare le proprie conoscenze. In questo modo, soddisfacendo il bisogno di ordine e di collegamenti, l'e-Book abbandona la sua forma di simulacro del libro per assumere una nuova funzionalità e raggiungere una reale identità in quanto strumento.

4. Nel Fedro, per affrontare il problema del valore del discorso scritto, Platone, come in altre occasioni, utilizza un mito. Attraverso il mito di Theuth, Socrate mostra che conoscenza e sapienza non sono la stessa cosa. È possibile consultare il testo completo all'indirizzo <http://www.liberliber.it/biblioteca/p/plato/index.htm>

6.

myBOOKTREE

# CONCEPT

Ideare una “guida” personale per il lettore digitale, che trasformi la Rete in un efficace strumento di apprendimento.

Dovendo fare da filtro tra utente ed *e-content* si tratta di un’applicazione residente su *reader* e *tablet*. È una guida che si *customizza* secondo procedimenti automatici, elabora quindi il materiale presente in Rete sulla base delle informazioni che ricava dall’utente.

I suoi compiti sono: consigliare letture sulla base di interessi e competenze; proporre percorsi di apprendimento a tappe; suggerire al fruitore collegamenti intelligenti tra i vari elementi presenti.

# RIELABORAZIONE DEL CONCEPT

Per un primo sviluppo l'intera rete Internet risulta molto complessa da gestire; ho scelto così di restringere il campo d'azione dell'applicazione e renderlo più mirato. Sarà poi ampliabile in seguito.

Un sistema di supporto culturale per gli studenti di Design frequentanti il Politecnico di Milano può delineare perfettamente le potenzialità di myBOOKTREE.

La sua funzione principale è quella di fare da collegamento tra lo studente e l'esperto (il docente), e permettere al primo di accedere ad una lista di percorsi di studio (curricolari e non), i cui elementi (i libri) vengono organizzati secondo una visualizzazione della classificazione DEWEY. Tale visualizzazione (o myBT) rappresenta la situazione culturale dell'utente, che può agire su di essa cancellando gli elementi poco interessanti e aggiungendone di nuovi. L'applicazione confronta i dati dell'utente (myBT) con i dati precedentemente inseriti dagli esperti (bibliografie) e suggerisce libri e percorsi di studio, incrementando in maniera intelligente, non automatica, le conoscenze dell'utente.

# SCENARIO

Possiedo un supporto su cui è installata l'applicazione myBOOKTREE che mi è stata fornita direttamente dal Politecnico di Milano.

Inserisco il numero di matricola e la password. È il primo accesso. L'applicazione controlla chi sono (nome, cognome, piano di studi, anno di frequentazione) e procede al *download* delle bibliografie, precedentemente *uploadate* dai docenti, relative al mio corso di laurea. Questi dati vengono organizzati immediatamente in un grafico ad albero.

Posso agire direttamente sul grafico, controllando cosa dovrò studiare. Segno i libri letti, cancello quelli che non mi interessano. Se cerco un libro, l'applicazione mi dà accesso diretto all'OPAC del Politecnico e mi permette di far crescere il mio albero.

Mi accorgo di voler sapere qualcosa in più sull'argomento "Storia della grafica", quindi procedo con una ricerca tra i percorsi di studio disponibili.

Ne valuto uno: compare sullo schermo un reticolo, i cui nodi rappresentano i volumi. Non conosco nemmeno uno degli autori, ma se chiedo un'anteprima compare la pagina OPAC relativa da cui posso trarre alcune informazioni preliminari e farmi un'idea. Procedo nella ricerca, infine attivo quello più vicino alle mie esigenze. Immediatamente il grafico myBT cambia e vedo comparire nuove ramificazioni, evidenziate con un colore che mi avverte che quelle non sono letture obbligatorie.

Tornando a casa in treno, inizio a leggere uno dei libri che l'applicazione mi ha appena consigliato.

Dopo un mese mi rendo conto dal grafico myBT che la mia situazione culturale è migliorata di molto: si sono evidenziate molte aree nuove e navigandole capisco i collegamenti tra i vari libri e gli autori. Mi sento molto contento di questa piccola soddisfazione.

Ogni tanto mi accorgo che l'applicazione mi segnala degli eventi culturali – mostre, presentazioni di libri – che si sposano perfettamente con i libri contenuti in myBT.

6.

# PREMESSE ALLO SVILUPPO

# concept futuribile

myBOOKTREE è perfettamente realizzabile con le tecnologie odierne. Tuttavia prevede uno scenario di utilizzo nel quale ogni studente possieda un supporto *tablet* (iPad), che possiamo presumere sarà reale nell'arco di qualche anno.

# digitalizzazione dei libri

myBOOKTREE accede alla biblioteca universitaria del Politecnico: rielabora le informazioni relative ai titoli disponibili per rappresentarle graficamente; consente agli studenti di accedere ai titoli disponibili.

È necessario procedere alla digitalizzazione dei libri, per permettere a più studenti di fruire lo stesso volume contemporaneamente, in luoghi differenti.



# creazione di un database

myBOOKTREE si differenzia da altri strumenti di *collaborative filtering* perché non si affida ad un meccanismo strettamente algoritmico basato sul confronto degli elementi presenti nelle liste degli utenti. Volendo fornire un servizio culturale di una certa autorevolezza, si riduce il compito svolto dalla macchina per dare spazio all'esperienza umana: si crea precedentemente un server che accolga un database dove gli esperti possano *uploadare* percorsi di studio.

**amazon.com**<sup>®</sup>

Algoritmi come quelli usati da Amazon seguono schemi meccanici e non danno all'utente un aiuto consapevole.



# collaborazione

Il funzionamento di myBOOKTREE è garantito dallo UGC (le bibliografie sviluppate dagli esperti) e fornisce uno strumento integrato per la creazione e l'*upload*. Senza la collaborazione dei personali docente risulterebbe un servizio povero.

# classificazione Dewey

La Classificazione decimale Dewey (anche DDC, acronimo dalla dizione inglese *Dewey Decimal Classification* o *Dewey Decimal System*) è uno schema di classificazione, inizialmente rivolto all'ambiente bibliotecario, sviluppato da Melvil Dewey (1851-1931) nel 1876, da allora più volte modificato ed espanso in occasione delle ventidue revisioni principali di cui è stato oggetto fino al 2004.

La DDC si fonda essenzialmente su due elementi principali: la classificazione di Bacone (in *The advancement of learning*, 1608) dello scibile umano e il sistema decimale. Secondo Bacone lo scibile umano dipende da tre facoltà fondamentali dell'uomo: Memoria (Storia), Immaginazione (Poesia, Arte), Ragione (Filosofia).

Dewey ispirandosi all'ordinamento della biblioteca di St. Louis, giunse all'adozione di uno schema baconiano ma invertito: Ragione (Filosofia), Immaginazione (Poesia), Memoria (Storia).

A questa suddivisione si riconducono le Classi Fondamentali che nella CDD rappresentano ciascuna un determinato ramo del sapere. Essa è stata successivamen-

te adottata da biblioteche pubbliche e private in diversi stati.

Le Classi fondamentali DEWEY:

000-099 Generalità,  
100-199 Filosofia e Psicologia,  
200-299 Religione,  
300-399 Scienze Sociali,  
400-499 Linguaggio,  
500-599 Scienze Naturali,  
600-699 Tecnologia e scienze applicate,  
700-799 Arti,  
800-899 Letteratura e Retorica,  
900-999 Geografia e Storia.

# alberi della conoscenza

L'uomo ha più volte cercato di rappresentare la conoscenza in uno schema strutturato. La metafora dell'albero è stata spesso utilizzata con successo, per via dell'idea di crescita e la possibilità di ramificare pressoché all'infinito gli argomenti.

Tuttavia, gli alberi della conoscenza nascono come concetto quando, nel 1991, Michel Serres, filosofo, storico della scienza e professore alla Stanford University, viene incaricato di elaborare un sistema di riconoscimento delle competenze. Il concetto degli alberi delle conoscenze, che viene proposto nel 1992, si basa sull'idea di mappare le conoscenze o le competenze, in modo tale da mostrare l'interdipendenza tra gli oggetti di conoscenza.

Le conoscenze di un gruppo (il luogo di lavoro, il vicinato, un team) vengono mappate strutturando gli oggetti di conoscenza in modo da formare una rappresentazione visiva a forma di albero che mostri le risorse di conoscenza dei gruppi. Il concetto poggia sulla separazione tra gli oggetti di conoscenza ed i loro possessori, consentendo al tempo stesso a ciascuno di vedere quali parti dell'albe-

ro sono oggetti di conoscenza posseduti da uno (o più) membri del gruppo.

L'albero della conoscenza è una rappresentazione delle risorse di conoscenza in un determinato momento.

# visualizzazione a albero

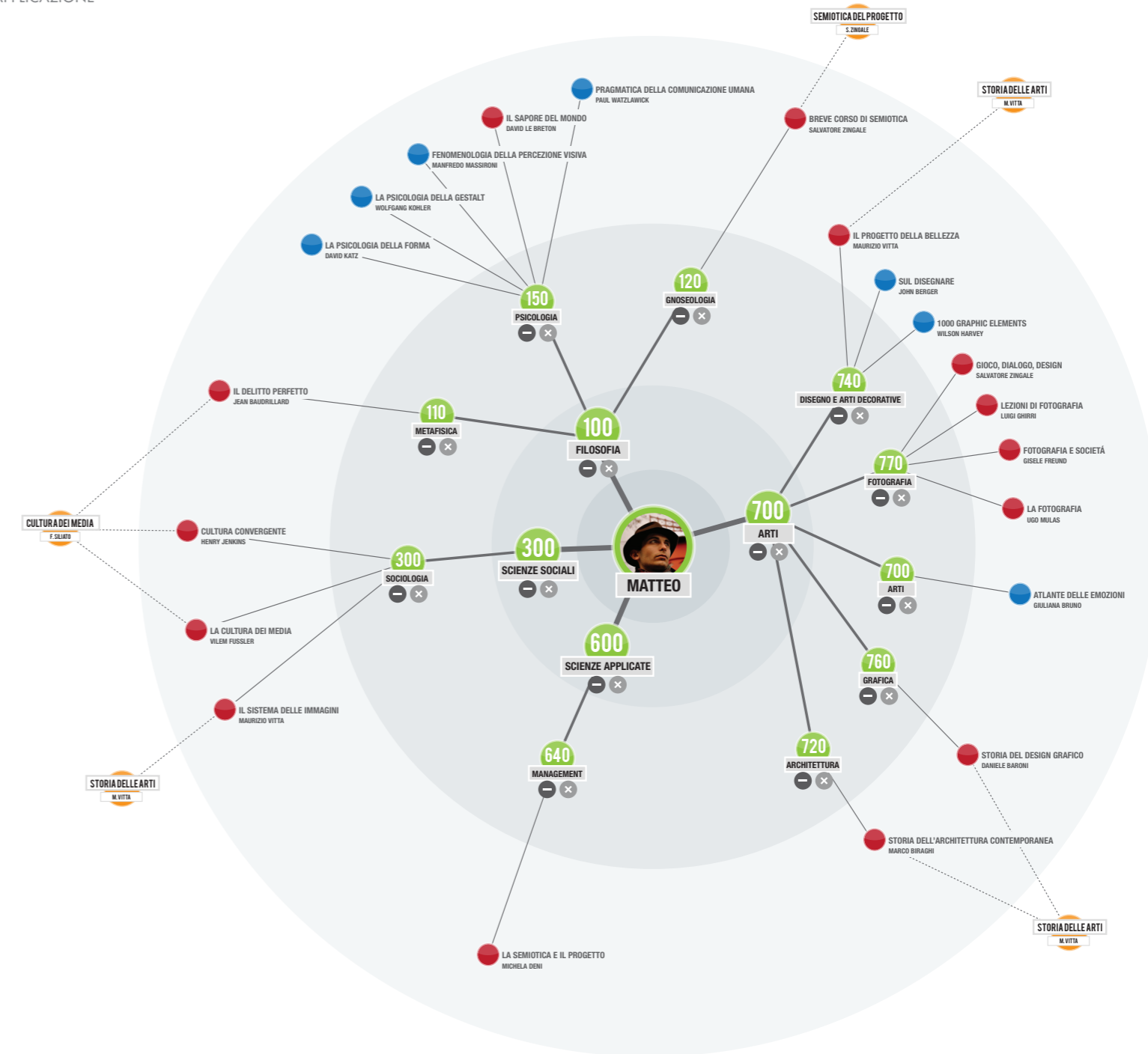
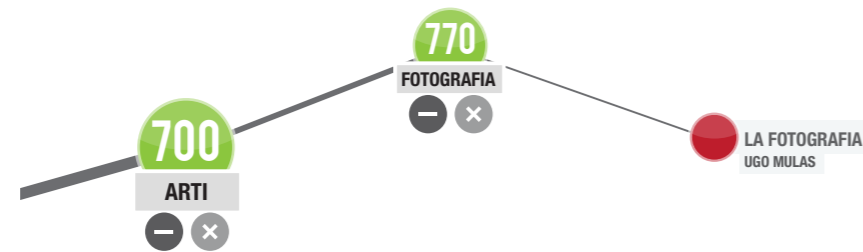
myBOOKTREE rappresenta graficamente la classificazione DEWEY. Indipendentemente da ogni altro significato “poetico” (alberi della conoscenza, etc...), la visualizzazione ad albero è la più indicata per un modello organizzativo che prevede argomenti sempre più specifici fino al singolo volume.

# 6.

# SVILUPPO DELL'APPLICAZIONE

### Visualizzazione a albero

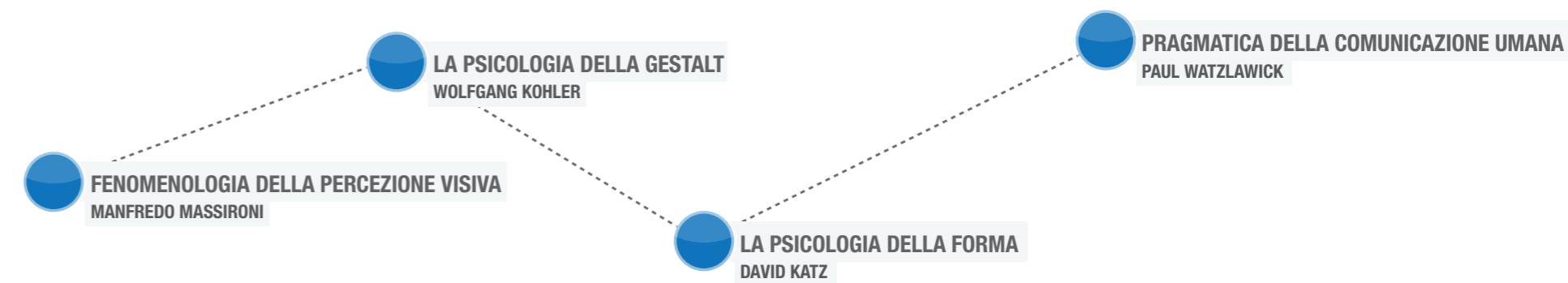
L'applicazione utilizza un modello ad albero che comprende nella sua rappresentazione punti di snodo, segmenti e nodi. I primi rappresentano gli argomenti della classificazione DEWEY e aiutano a comprendere la ramificazione del grafico; i secondi indicano i collegamenti tra i vari elementi; infine gli ultimi rappresentano i libri conosciuti.



## Gestione delle bibliografie

Le bibliografie hanno un aspetto simile a quello del grafico completo. Sono diversi elementi collegati tra di loro a discrezione dell'autore: possono essere disposti in fila (se fosse consigliato leggerne uno prima degli altri) oppure in maniera radiale (quando ogni volume possiede la stessa accessibilità).

Nelle bibliografie compaiono, a fianco degli elementi, le note dell'autore (che potranno essere applicate o meno, a discrezione dell'utente), con le quali egli può segnare i punti salienti del libro, lasciare commenti, sottolineare (rendere disponibili i propri appunti, insomma).





### Gestione del colore

È necessario fare distinzione tra gli elementi grafici presenti nel grafico. In particolar modo tra i libri presenti in bibliografie curriculari e quelli facoltativi. Si sceglie di rappresentare i primi con un colore rosso, gli altri con il blu.



**CURRICULARE**



**CURRICULARE LETTO**



**FACOLTATIVO**

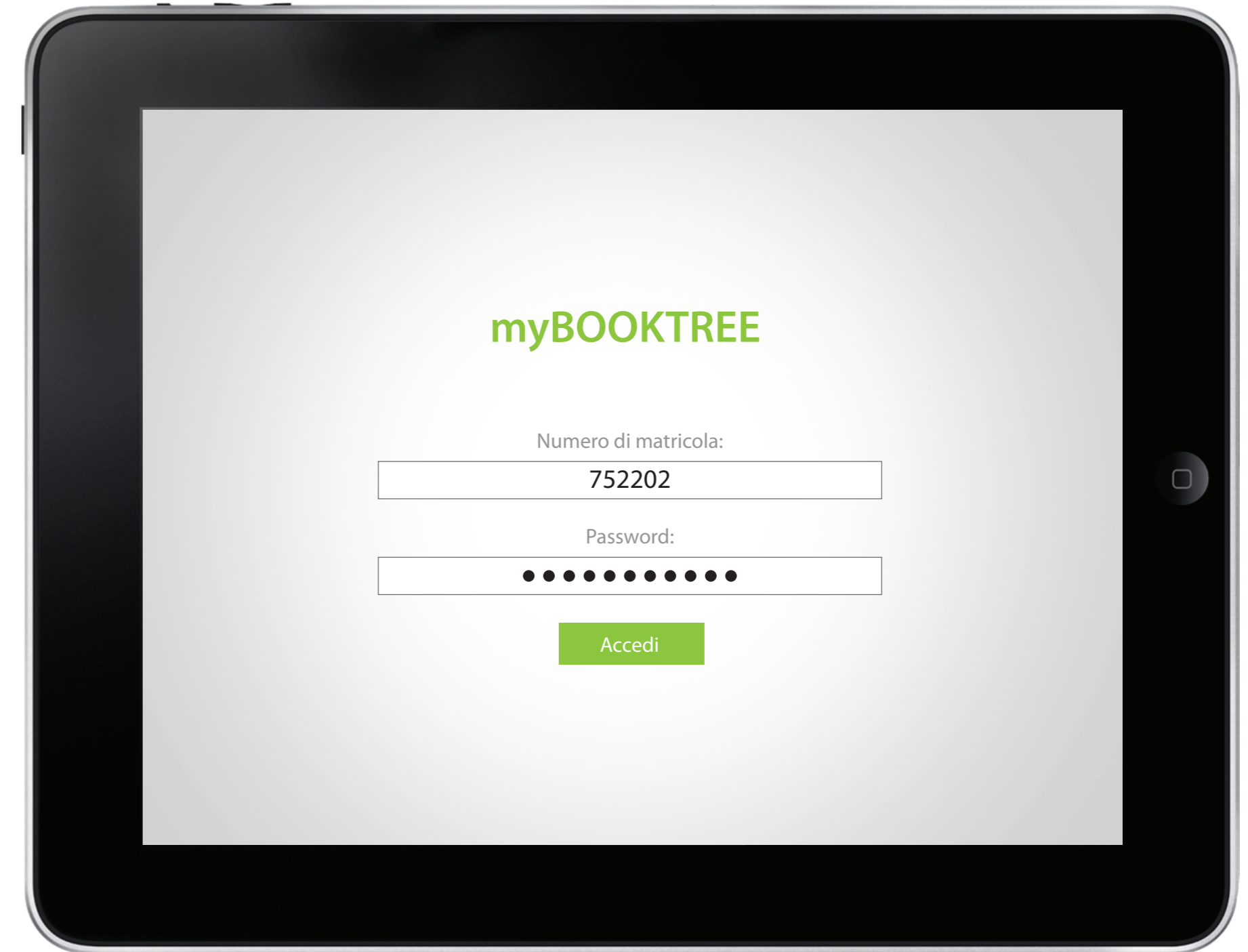


**FACOLTATIVO LETTO**

### Creazione di un primo profilo utente

L'applicazione è rilasciata dal Politecnico di Milano, perciò nel momento in cui l'utente si collega inserendo la propria matricola viene immediatamente riconosciuto in quanto docente o studente, e in quest'ultimo caso l'applicazione procede al *download* delle bibliografie consigliate per l'anno in corso.

Viene visualizzato così il primo grafico myBT.

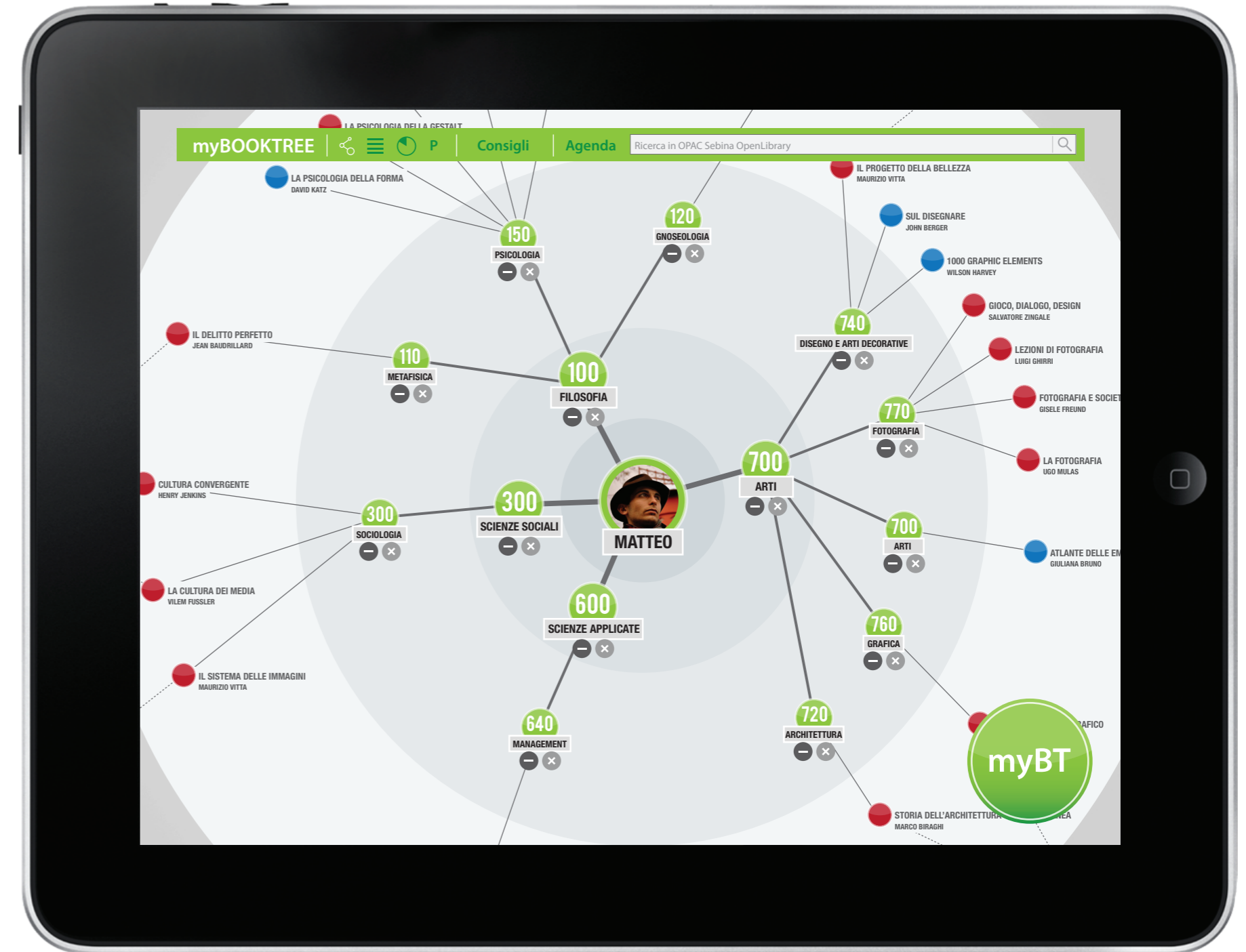


## Gestione interfaccia

L'interfaccia base di myBOOKTREE presenta sullo sfondo il grafico myBT, completamente navigabile e modificabile tramite i classici comandi *touch screen*.

In alto vi è la barra di controllo orizzontale.

In basso a destra il bottone del menu.

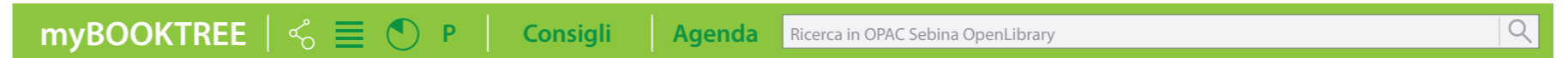


## Barra di controllo

Si tratta di uno strumento utile per la navigazione degli elementi, la gestione e la ricerca.

Da sinistra a destra, si ha:

- Pulsante di ritorno alla schermata iniziale;
- Diverse modalità di visualizzazione degli elementi;
- Sezione “consigli”, che segnala quando l'applicazione decide di proporre un libro o una bibliografia.
- Sezione “agenda”, che funge da promemoria per l'utente;
- Barra di ricerca, che aiuta l'utente a trovare gli elementi che gli interessano.



### Menù generale

È un bottone che si apre a pressione.

Contiene 3 voci:

1. Preferenze, per la gestione delle impostazioni generali;
2. Percorsi, per la ricerca delle bibliografie nel DATABASE;
3. Libreria, con cui si accede alla gestione degli e-Book.



Libreria



Percorsi



Preferenze



## Stemma

---

Lo stemma è il punto di origine dell'intero grafico. Rappresenta l'utente, che carica una sua foto, la quale viene automaticamente ritagliata dall'applicazione in una forma rotonda.



### Struttura del grafico

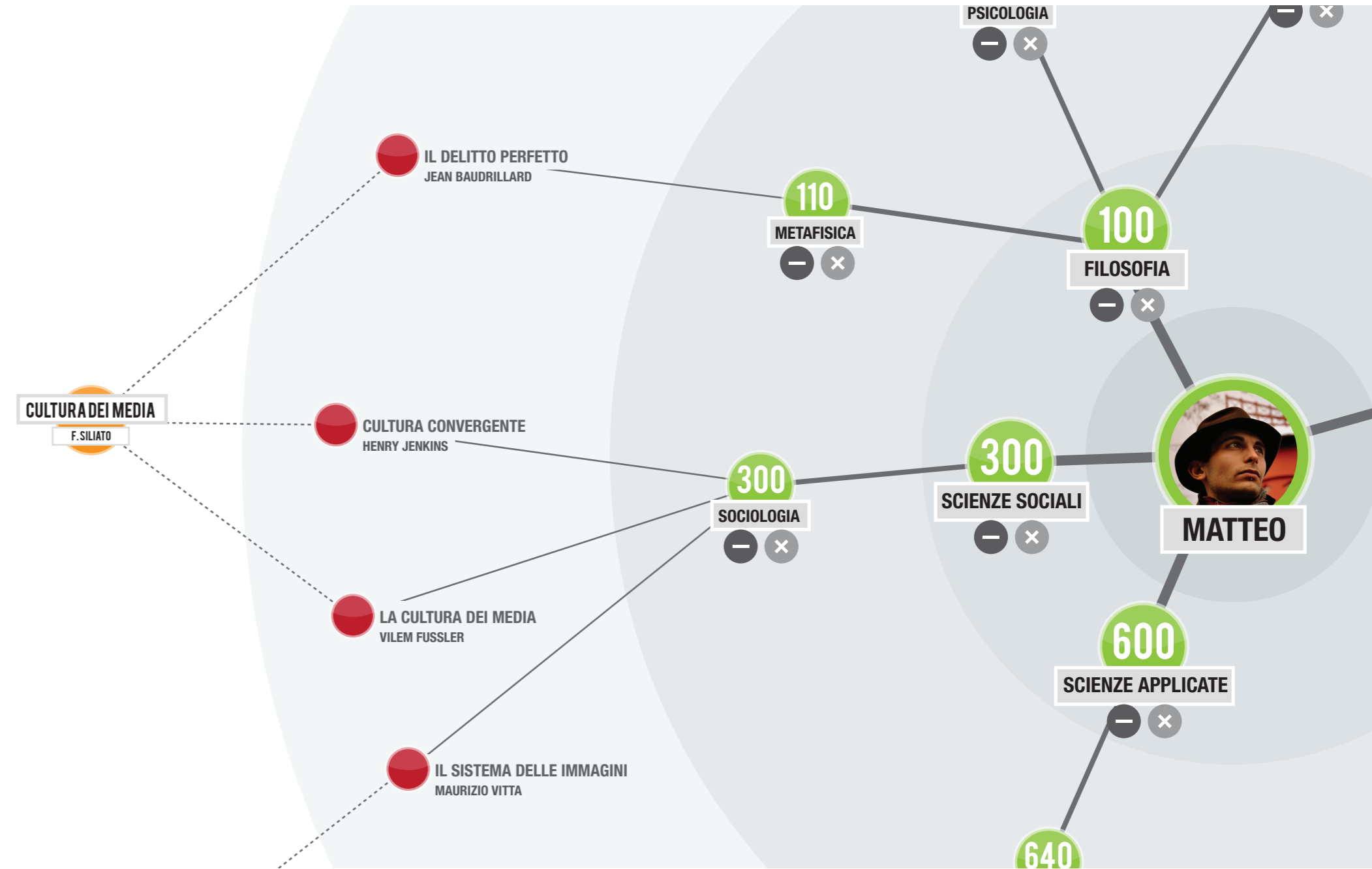
L'esplorazione è guidata da 3 cerchi concentrici di sfondo, che aiutano la comprensione del grado di approfondimento.

Al primo cerchio corrispondono i macroargomenti: le dieci categorie della classificazione DEWEY (000, 100, 200, etc.).

Al secondo corrispondono gli argomenti singoli: le sottocategorie del primo livello di classificazione DEWEY (x10, x20, x30, etc.).

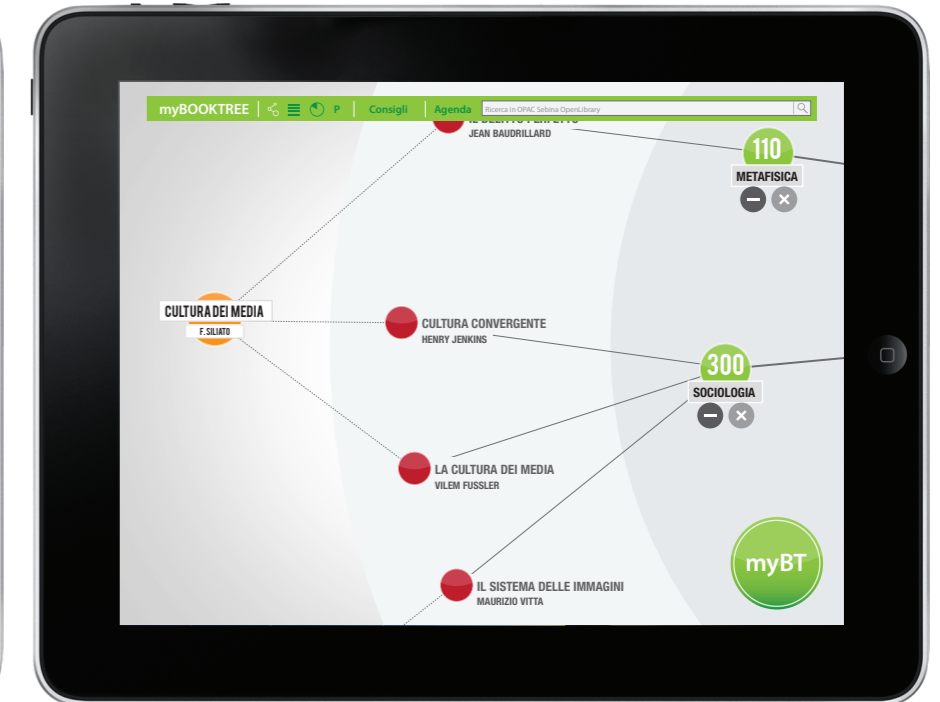
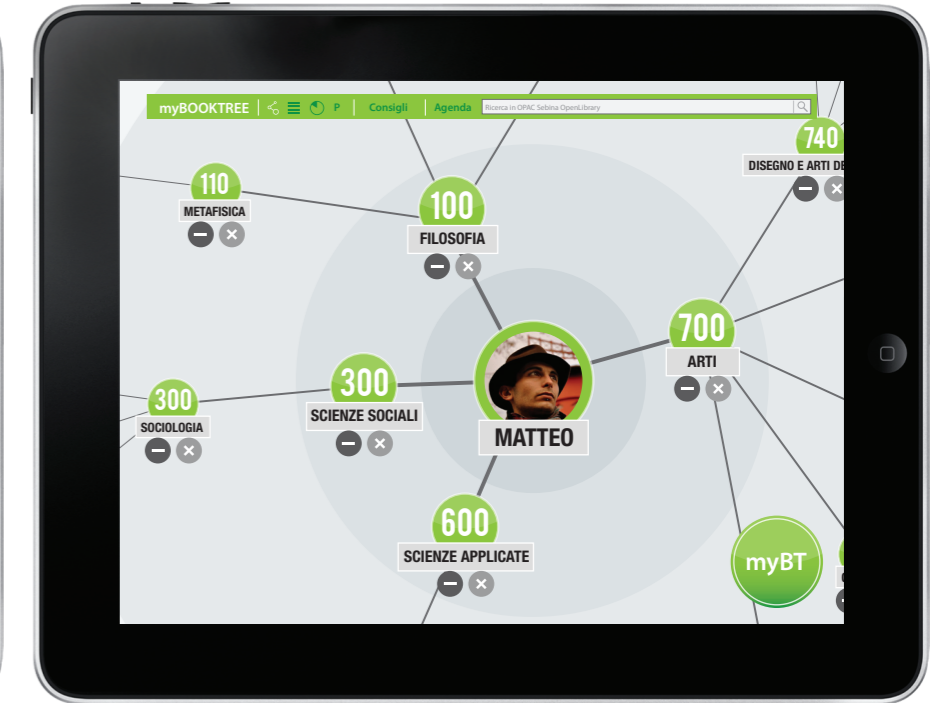
Al terzo cerchio corrispondono gli elementi-libro.

Oltre l'ultimo cerchio, compaiono i cartigli delle bibliografie, da cui si diramano segmenti che segnalano quali elementi del grafico comprendono.



### Navigazione di myBT

La navigazione del grafico segue le leggi ormai adottate in quasi tutte le applicazioni fornite di *touch screen*. È possibile zoomare appoggiando due dita sullo schermo, mentre le si allontana; spostarsi trascinando le due dita assieme.





### Menu elemento

Premendo sopra uno degli elementi (libri) compare un menù dedicato che permette di fruire e modificare l'oggetto.

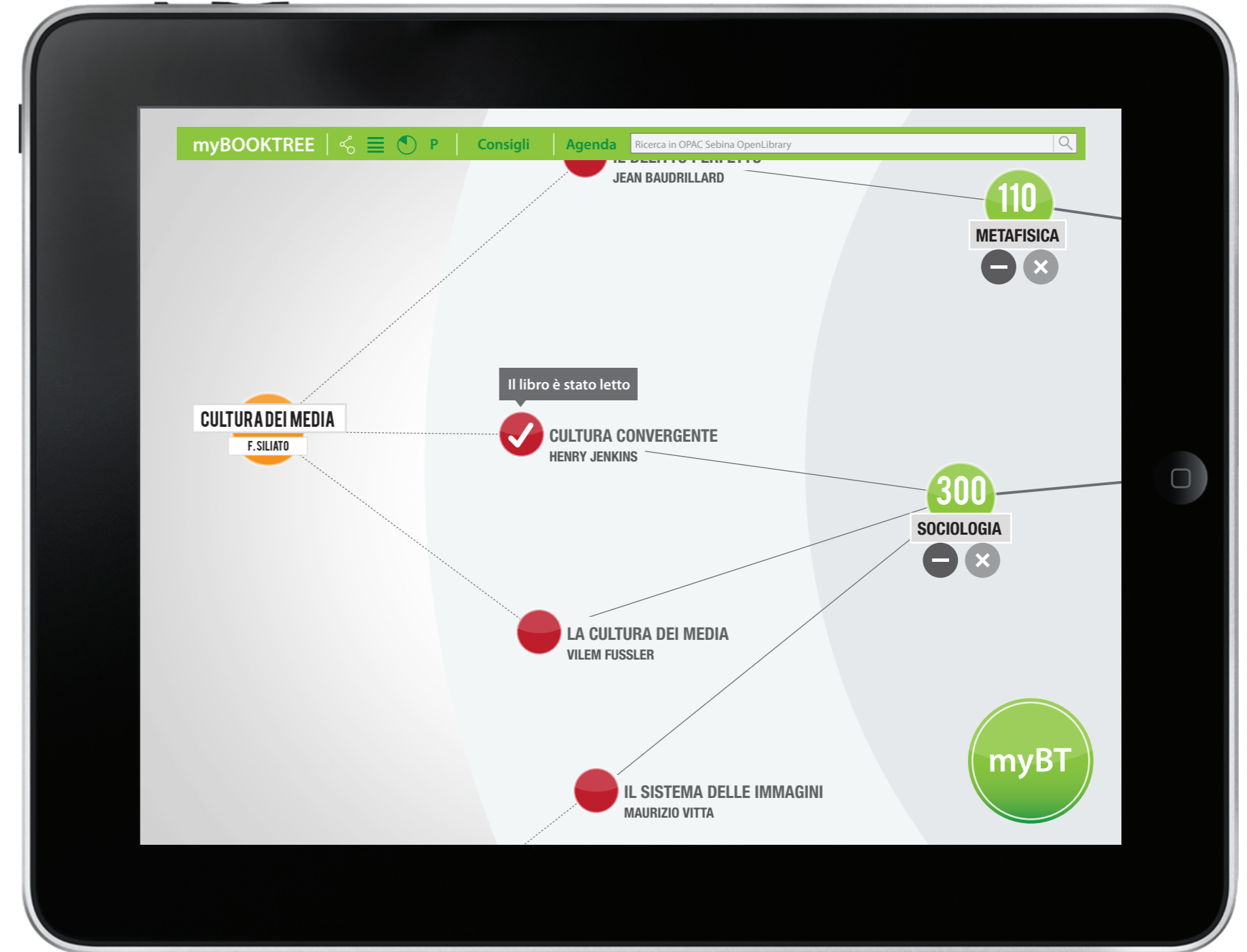
In senso antiorario dall'alto:

- Segnalare se il volume è stato letto o meno;
- accedere all'e-Book dalla biblioteca universitaria;
- aprire la pagina OPAC di riferimento;
- eliminare l'elemento.



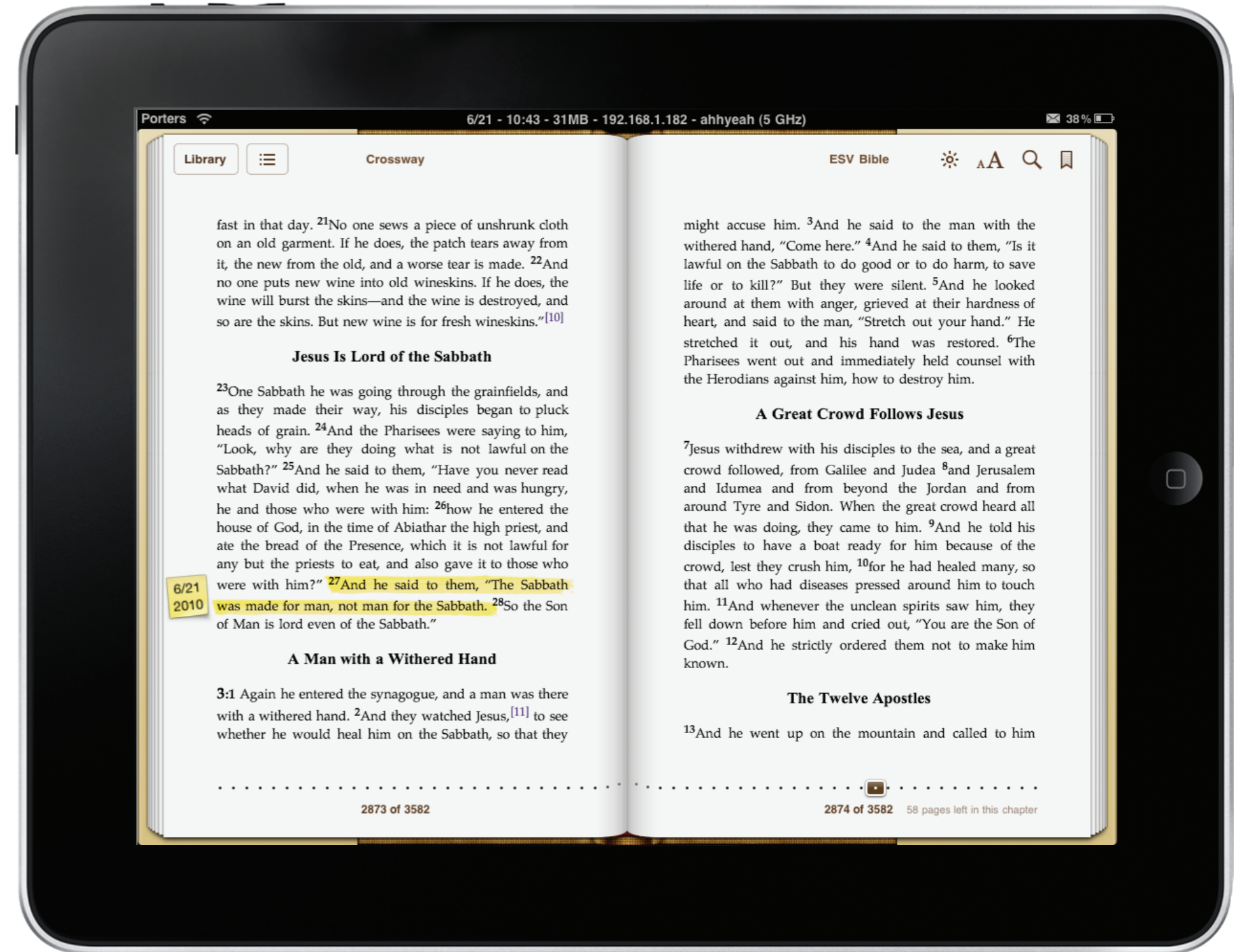
### Segnalare un libro già letto

Segnalando "Cultura convergente" come libro letto, l'applicazione apporta immediatamente le modifiche necessarie al grafico.



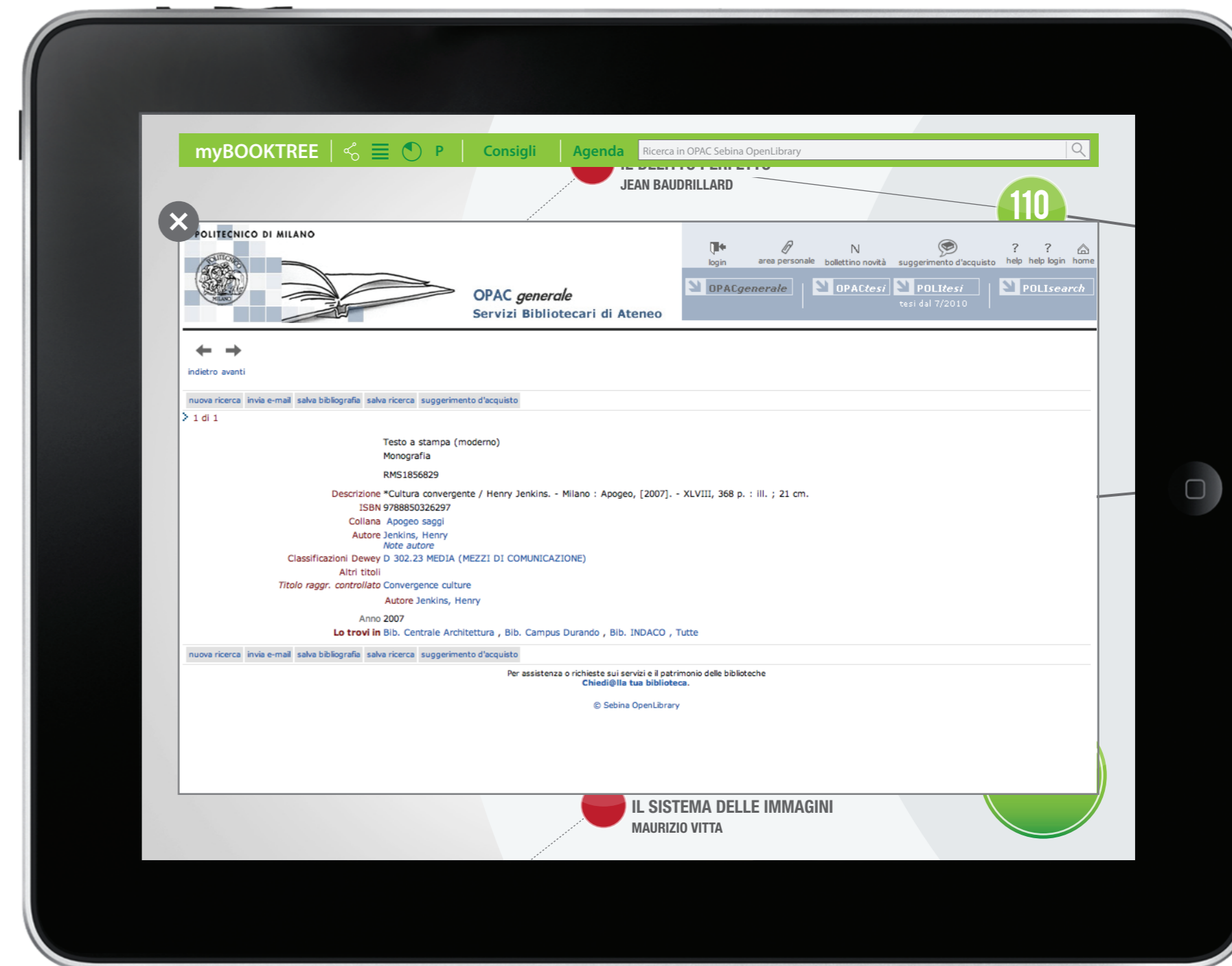
## Utilizzo di iBooks

Sorge la necessità di appoggiarsi a un'applicazione che legga gli e-Book. Avendo valutato iBooks (fornita in dotazione da Apple) un prodotto eccellente, si consiglia di sfruttare le potenzialità del *software* già esistente, piuttosto che svilupparne un altro *ex nihilo*.



## Scheda OPAC

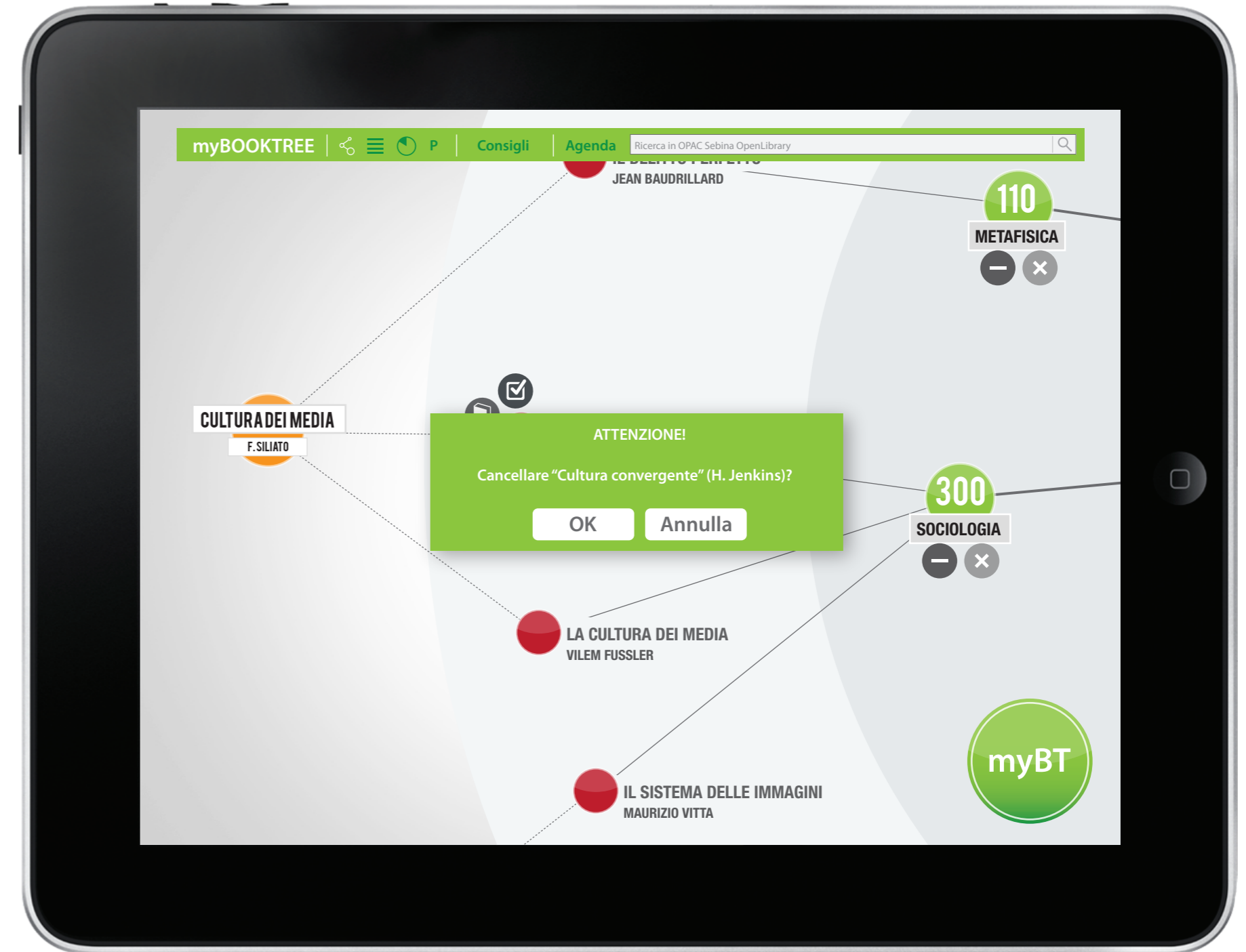
Chiedendo informazioni dal menù elemento, viene aperta la scheda OPAC di riferimento all'interno dell'applicazione. È possibile chiuderla premendo sul tasto a croce in alto a sinistra.



### Eliminazione elemento

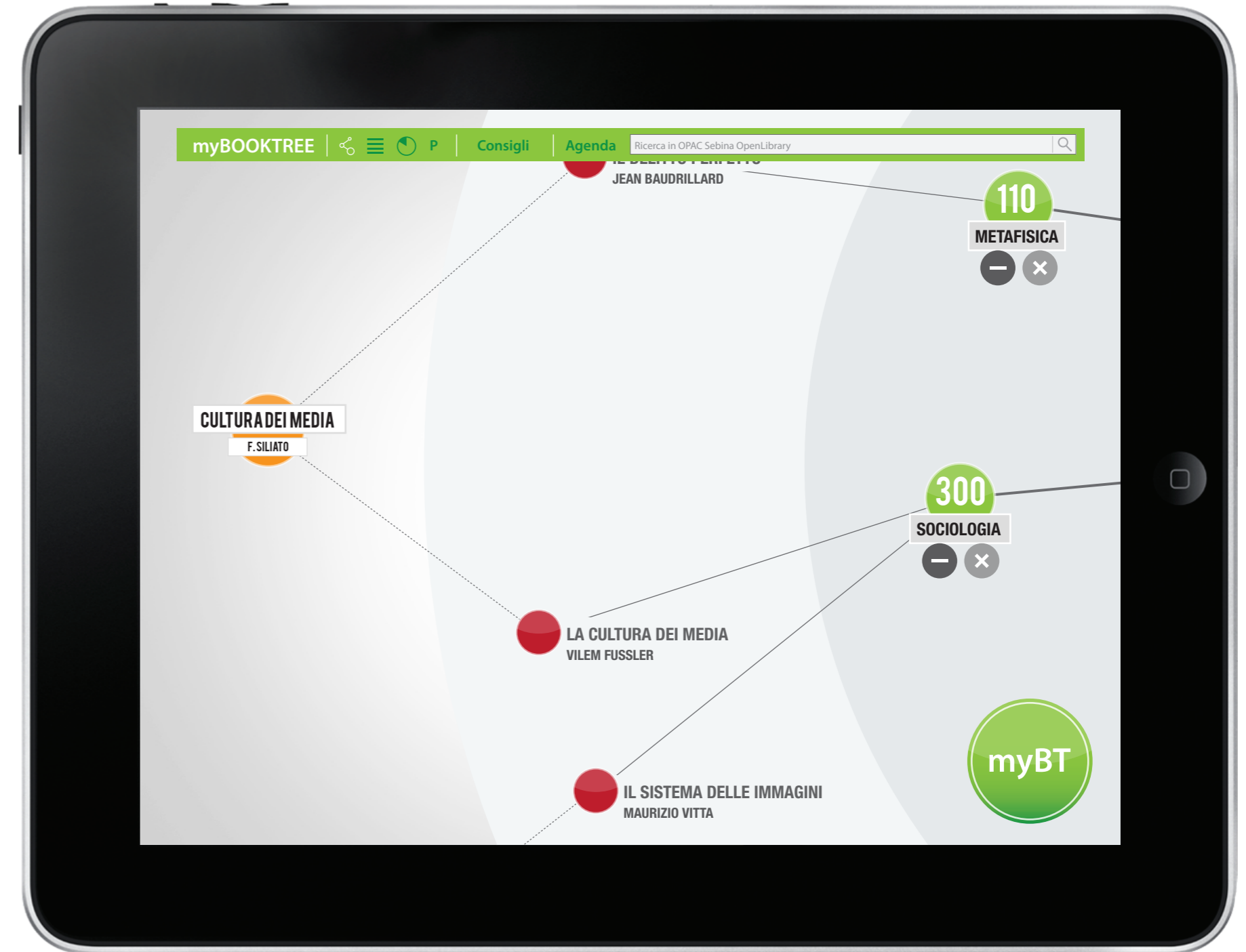
È possibile eliminare l'elemento selezionando l'apposito bottone dal menù elemento.

L'applicazione chiede conferma prima di procedere con l'eliminazione.



### Eliminazione elemento

Una volta data conferma, l'applicazione ricalcola lo spazio e aggiorna il grafico.



### Menù argomento

Il nodo argomento presenta una didascalia con il nome di riferimento e un indice numerico, corrispondenti a quelli della classificazione DEWEY.

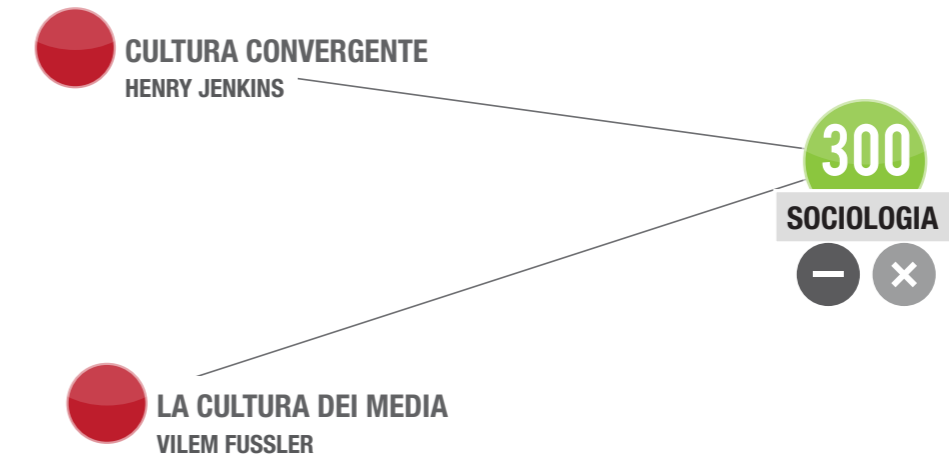
Le funzioni, a partire da sinistra:

- espandere/contrarre i rami che partono dal nodo;
- cancellare il nodo.



### Contrazione/Espansione argomento

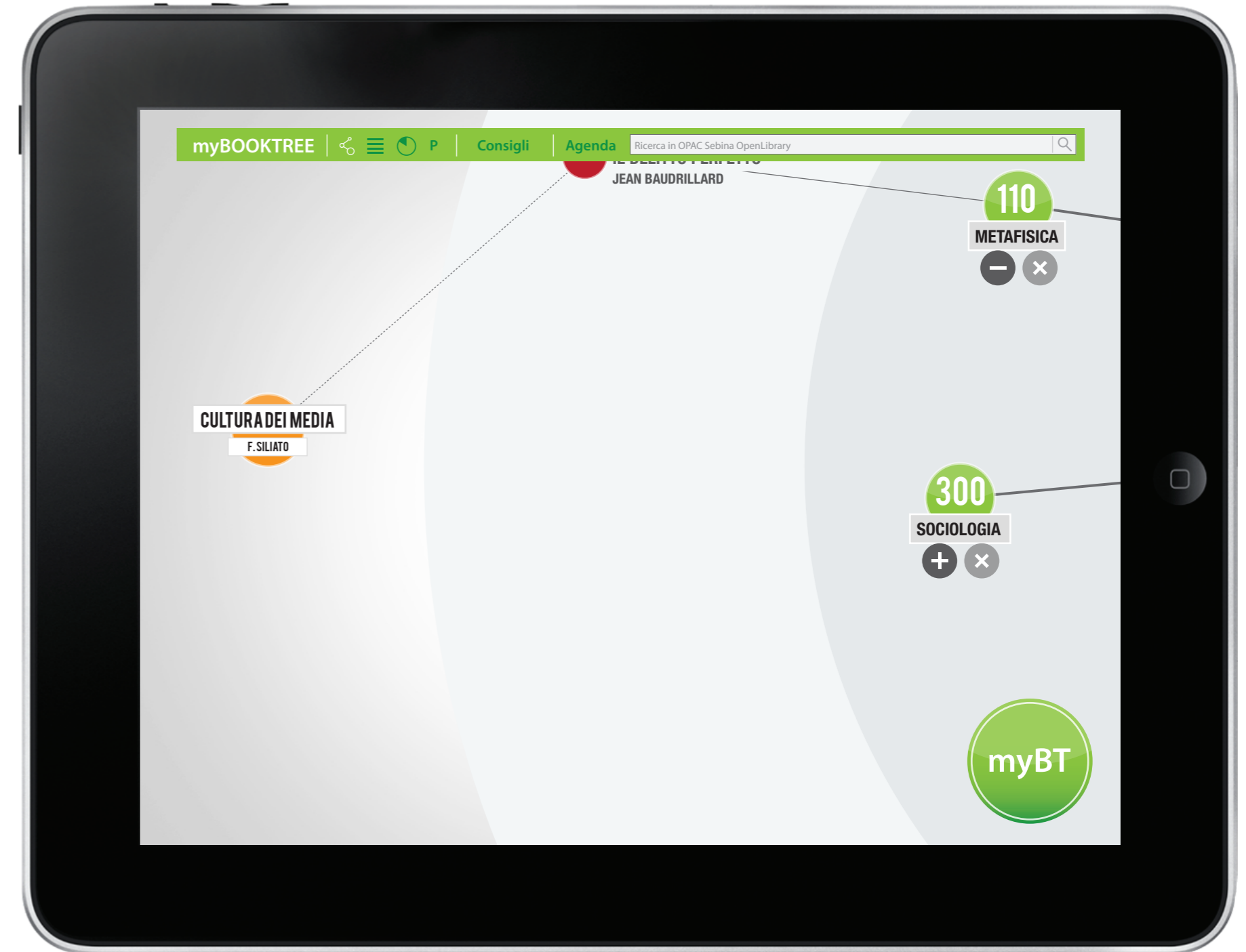
Per rendere il grafico più leggibile e meno caotico, è possibile contrarre o espandere gli argomenti con il pulsante +/-





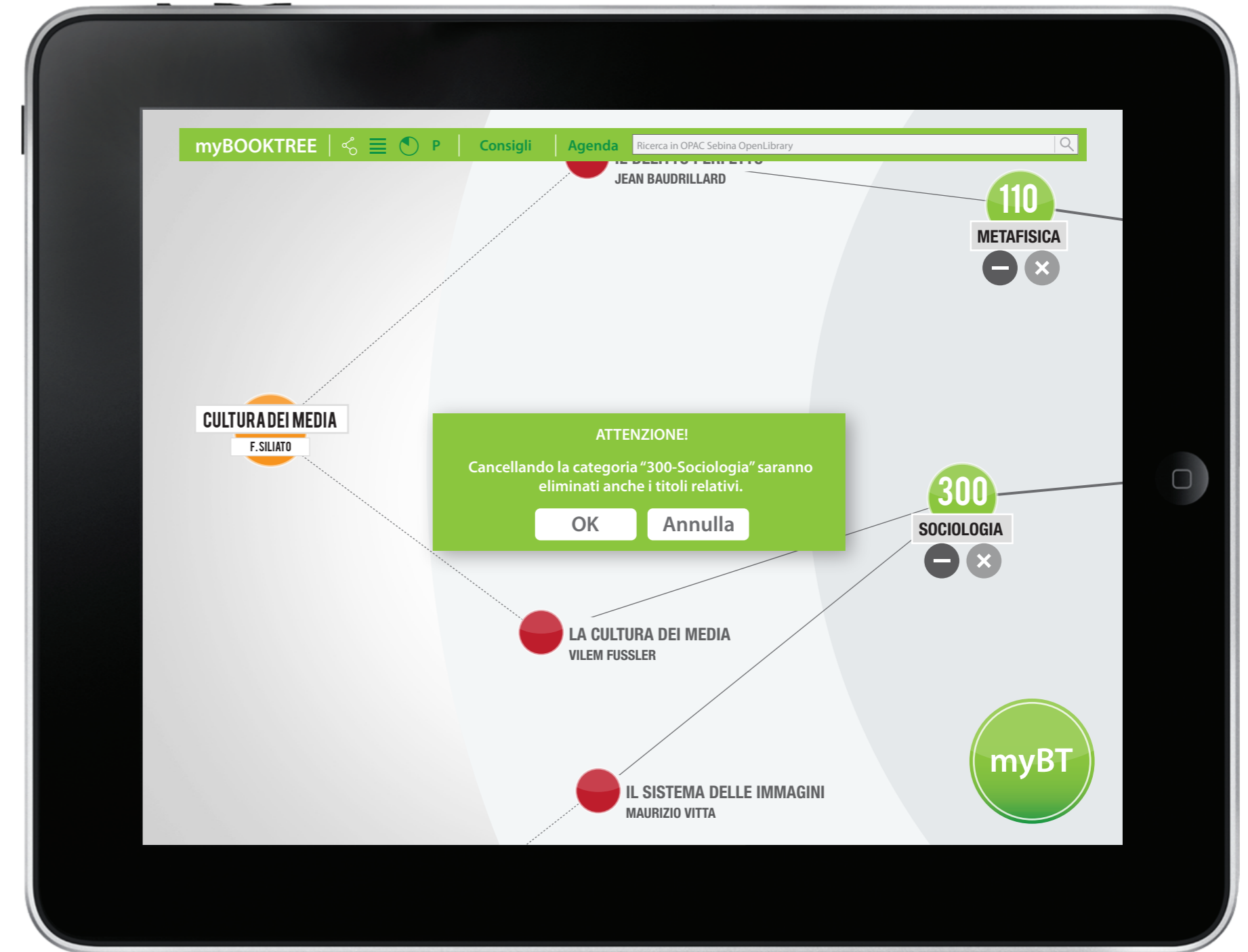
### Argomento contratto

Una volta contratto l'argomento, l'applicazione ricalcola il grafico.



### Eliminazione argomento

L'eliminazione di un argomento comporta la perdita dei titoli relativi ad esso. Prima di procedere l'applicazione chiede conferma dall'utente.



## Visualizzazione a lista

Si possono visualizzare gli elementi in una lista ordinata.

The screenshot shows the myBOOKTREE application interface on a tablet. At the top, there is a navigation bar with the myBOOKTREE logo, a search bar containing "Ricerca in OPAC Sebina OpenLibrary", and several menu icons. Below the navigation bar is a table with the following columns: Titolo, Autore, Percorso, and Letto. The table contains 20 rows of book data. A circular logo with the text "myBT" is visible in the bottom right corner of the tablet screen.

Titolo	Autore	Percorso	Letto
1000 Graphic elements	Wilson Harvey	Storia della grafica	SI
Atlante delle emozioni	Giuliana Bruno	Storia delle arti	NO
Breve corso di semiotica	Salvatore Zingale	Semiotica del progetto	NO
Cultura convergente	Henry Jenkins	Cultura dei media	SI
Fenomenologia della percezione visiva	Manfredo Massironi	Psicologia della forma	SI
Fotografia e Società	Gisele Freund	Cultura dei media	NO
Gioco, Dialogo, Design	Salvatore Zingale	Semiotica del progetto	NO
Il delitto perfetto	Jean Baudrillard	Cultura dei media	NO
Il progetto della bellezza	Maurizio Vitta	Storia delle arti	SI
Il sapore del mondo	David Le Breton	Storia delle arti	NO
Il sistema delle immagini	Maurizio Vitta	Cultura dei media	NO
La cultura dei media	Vilem Fussler	Cultura dei media	NO
La fotografia	Ugo Mulas	Cultura dei media	SI
La psicologia della forma	David Katz	Psicologia della forma	NO
La psicologia della Gestalt	Wolfgang Kohler	Psicologia della forma	NO
La semiotica e il progetto	Michela Deni	Semiotica del progetto	SI
Lezioni di fotografia	Luigi Ghirri	Cultura dei media	SI
Pragmatica della comunicazione umana	Paul Watzlawick	Psicologia della forma	
Storia del design grafico	Daniele Baroni	Storia della grafica	
Storia dell'architettura contemporanea	Marco Biraghi	Storia delle arti	
Sul disegnare	John Berger	Storia delle arti	

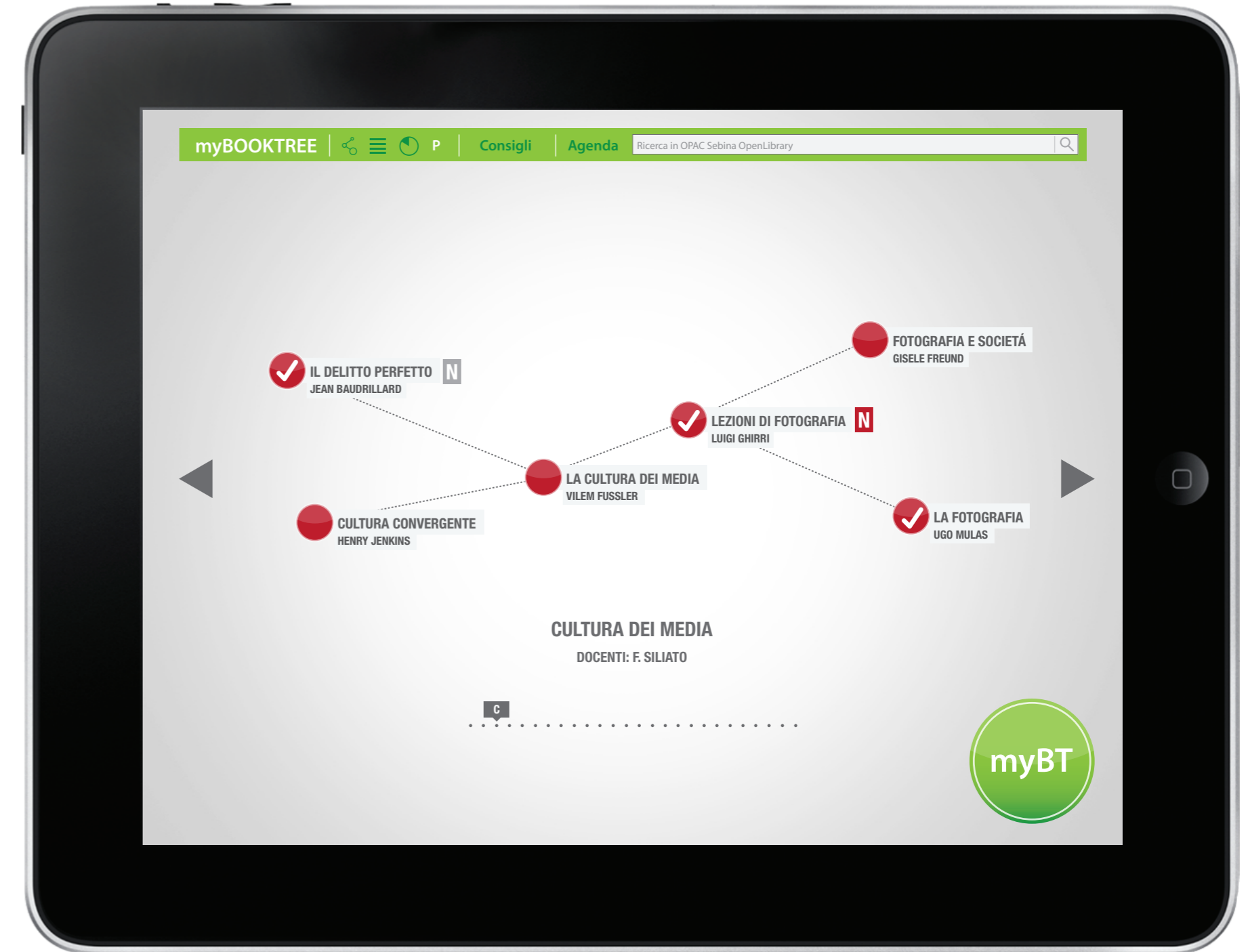
### Visualizzazione statistica

È possibile controllare alcuni dati statistici riguardo la propria situazione di lettore.



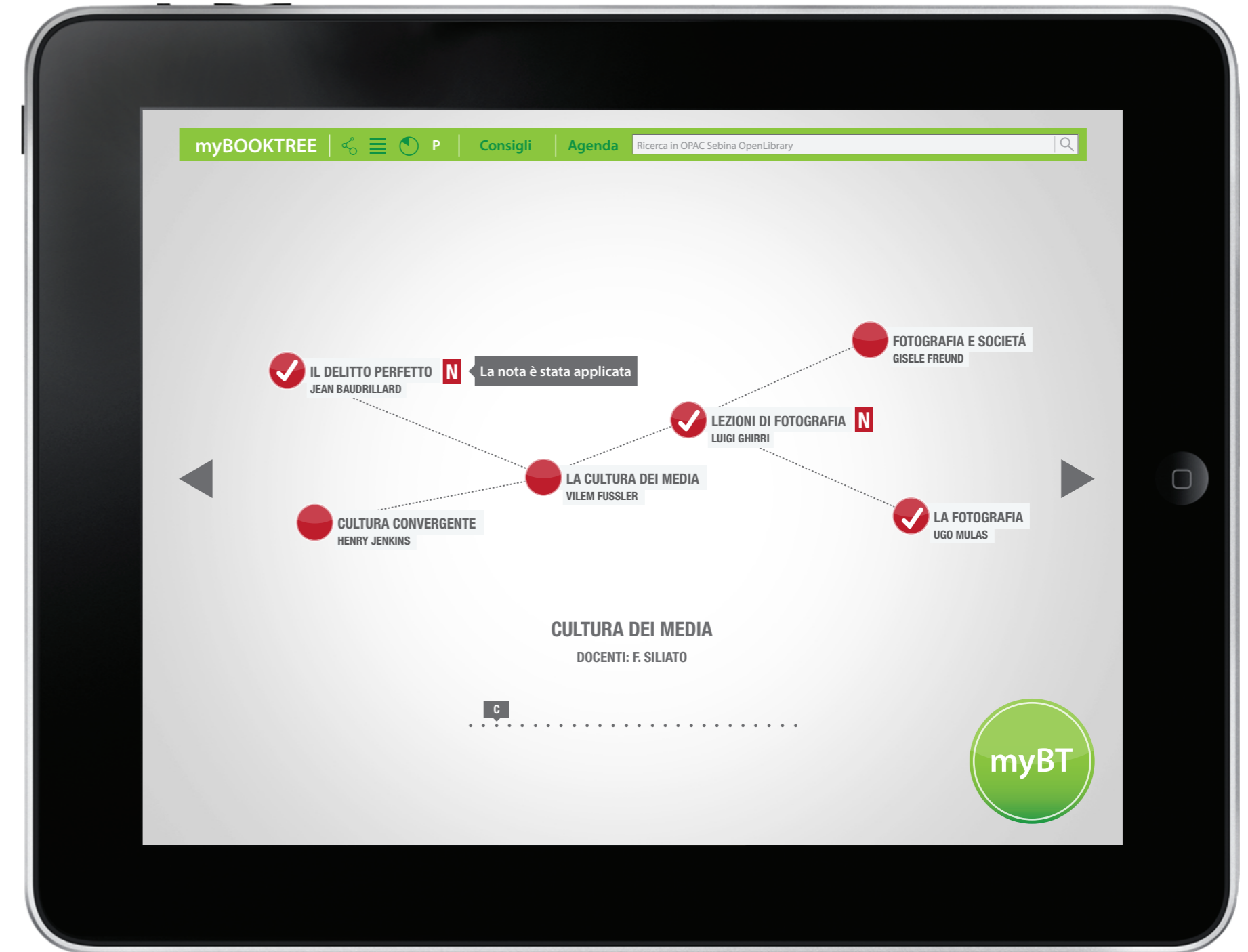
### Visualizzazione a percorsi

Si può visualizzare gli elementi attraverso gli schemi delle bibliografie precedentemente inserite.



### Applicare le note

Premendo sul tasto contrassegnato con "N" è possibile attivare la nota relativa, precedentemente redatta dall'esperto che ha costruito la bibliografia.



### Visualizzazione a percorsi

È possibile agire sugli elementi-libro in maniera analoga a come si opera nel grafico ad albero.



### Menù "consigli"

L'applicazione effettua un calcolo, confrontando il grafico dell'utente con gli schemi presenti nel DATABASE. Rende partecipe l'utente del risultato, consigliandogli singoli libri o bibliografie che potrebbero adattarsi alle sue conoscenze.

Gli segnala, inoltre, la presenza di possibili eventi concordi con gli elementi del suo myBT.

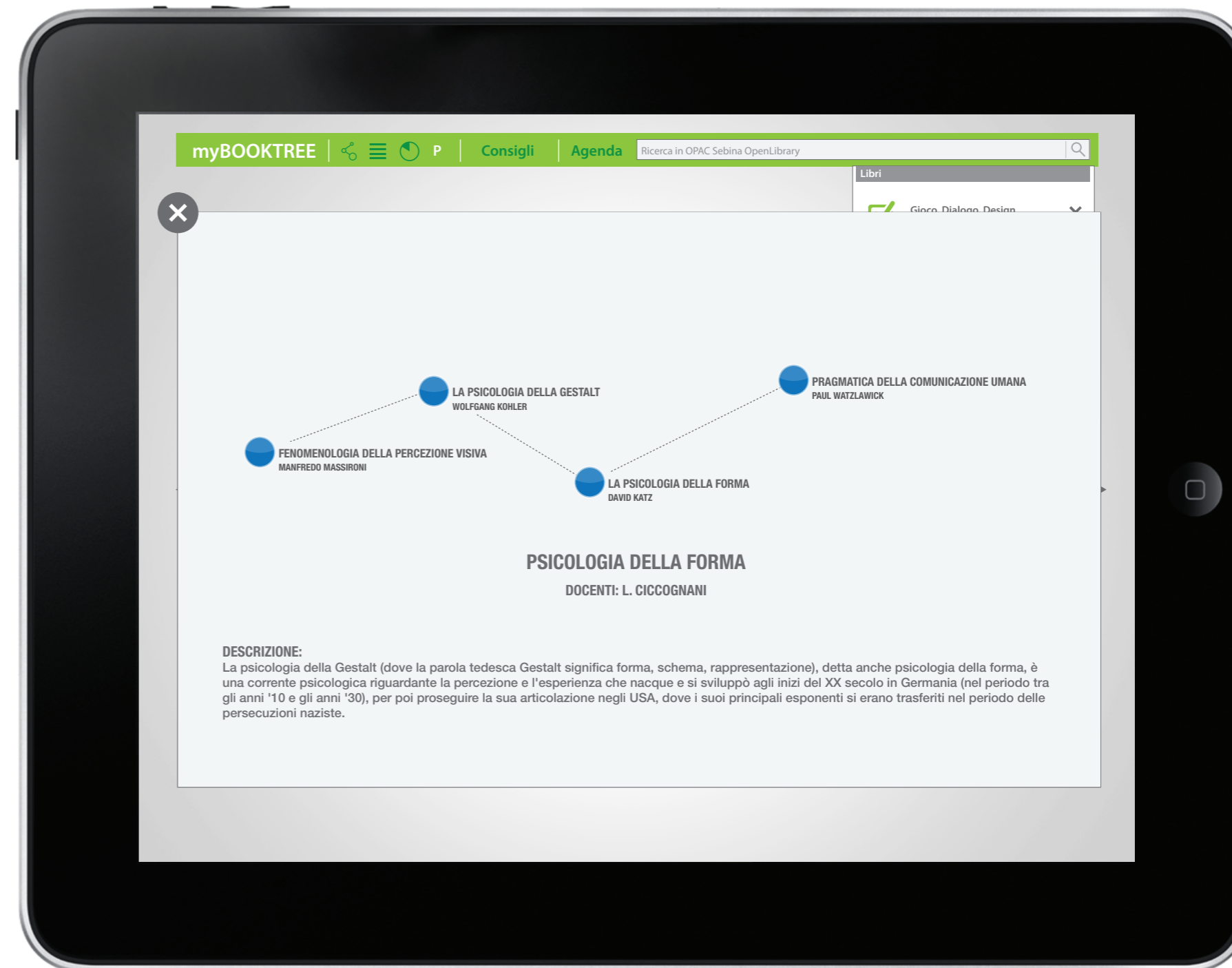




## Menù "consigli"

È possibile visionare i singoli elementi consigliati:

- selezionando il nome del libro, si apre la scheda Opac relativa;
- selezionando il nome del percorso, si apre una preview; selezionando il nome dell'evento, si apre una scheda relativa.



### Attivare un percorso

Cliccando sul segno di spunta del *menù consigli*, il percorso selezionato viene attivato: l'applicazione aggiorna immediatamente il grafico myBT.



### Menù "agenda"

Apri un promemoria per libri, percorsi e eventi, divisi in tre schede diverse.



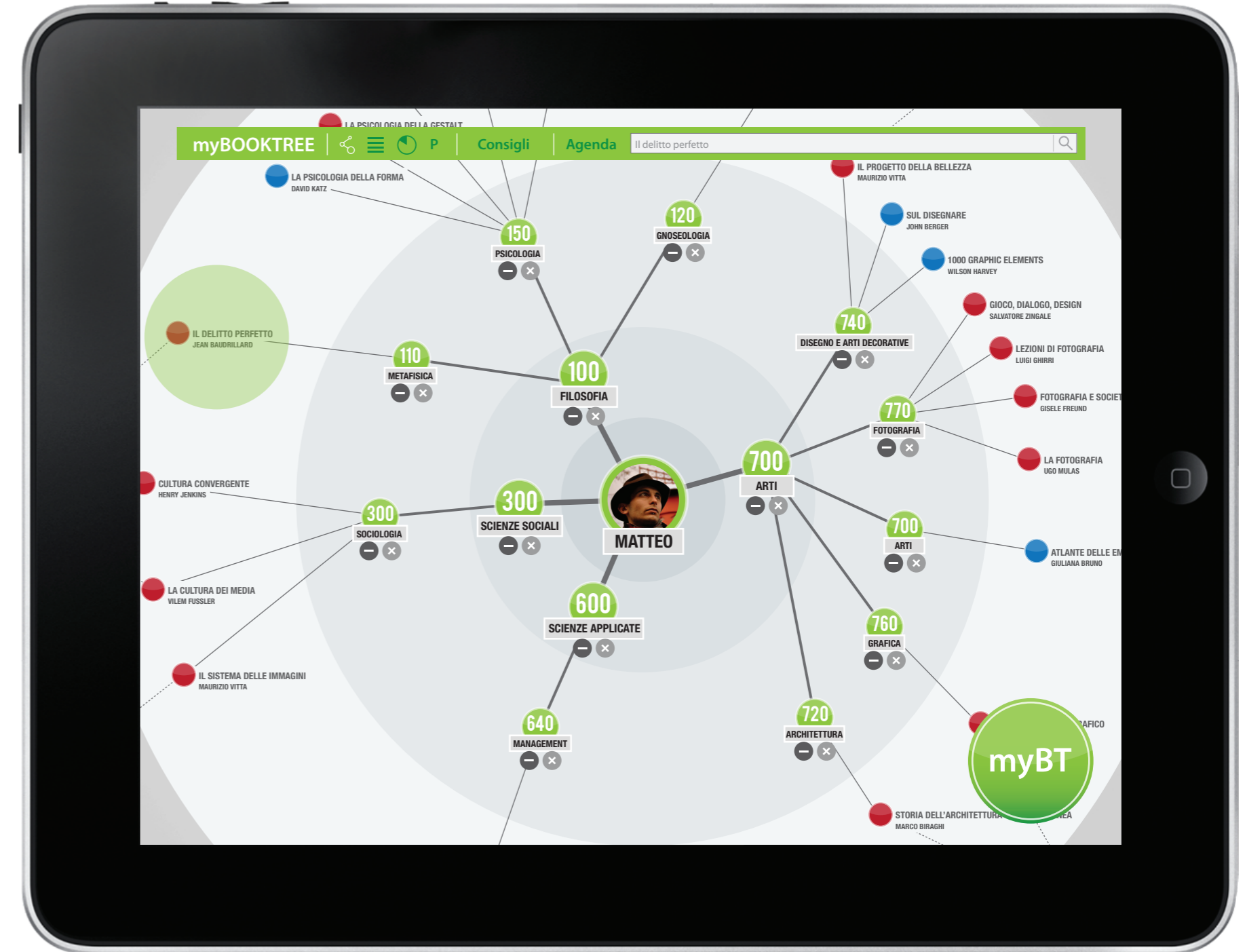
### Strumento di ricerca

Lo strumento di ricerca controlla in primo luogo il grafico myBT. Se non trova il titolo richiesto, controlla il catalogo *online* della biblioteca.



### Strumento di ricerca

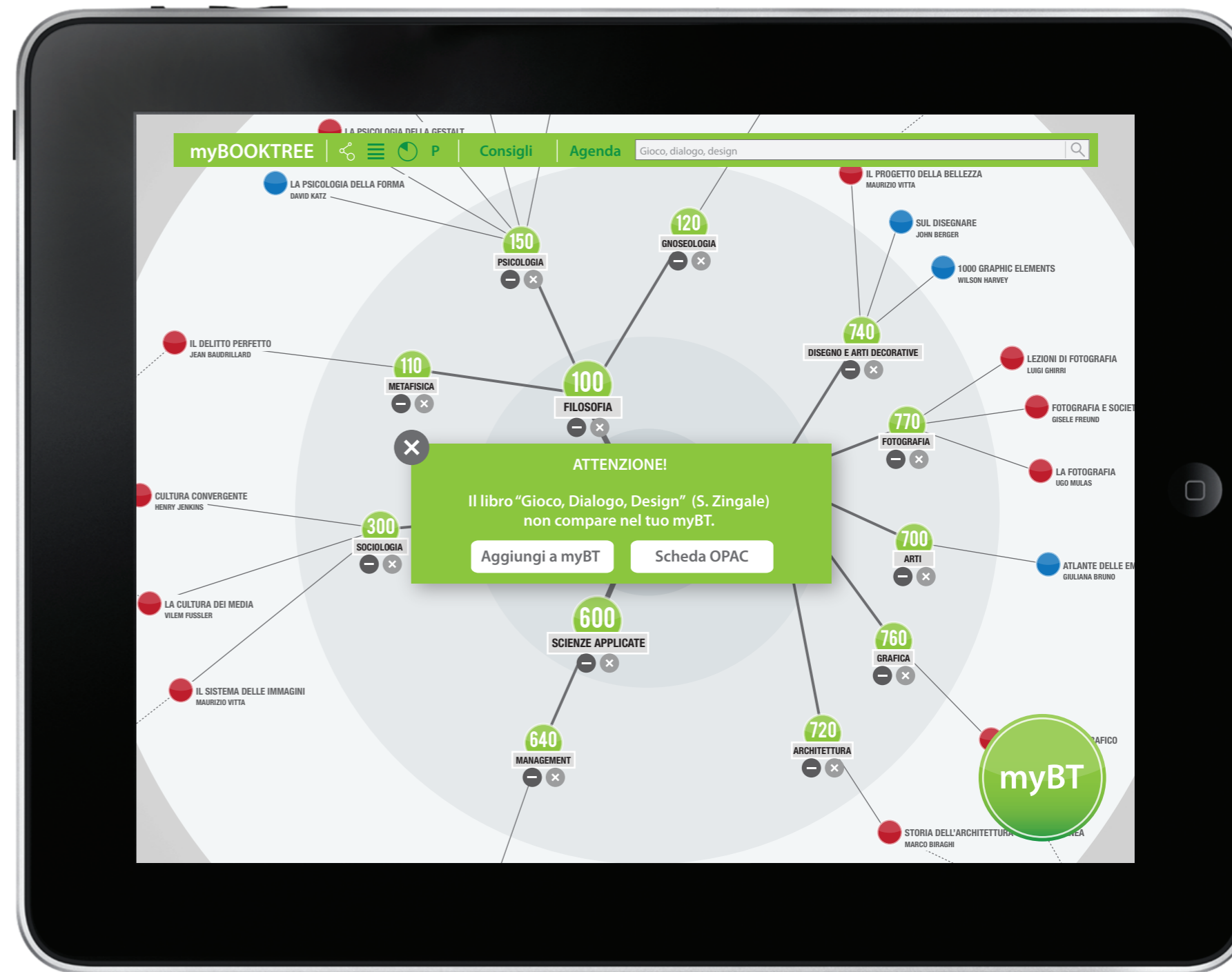
Se trova il titolo all'interno di myBT evidenzia la zona interessata all'utente.



### Strumento di ricerca

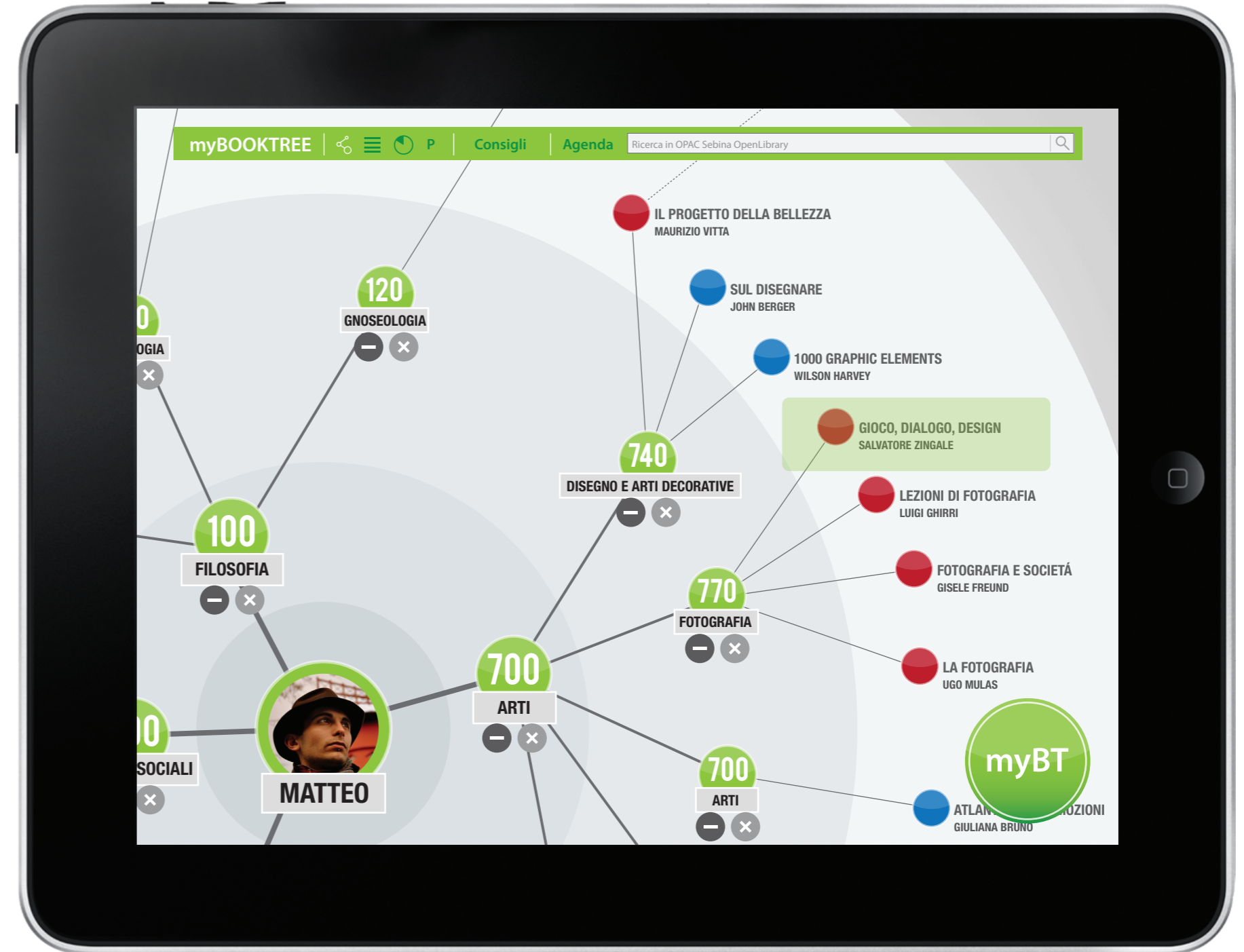
Se non trova il titolo in myBT, controlla la biblioteca universitaria.

Nel caso in cui si sia inserita una voce univoca, l'applicazione riconosce il titolo specifico e chiede all'utente se far crescere il grafico aggiungendo il nuovo libro, oppure se aprire semplicemente la pagina OPAC.



### Libro aggiunto

Scegliendo "fai crescere myBT", l'applicazione costruisce i nodi necessari e alloca nel grafico il libro, seguendo la classificazione DEWEY.

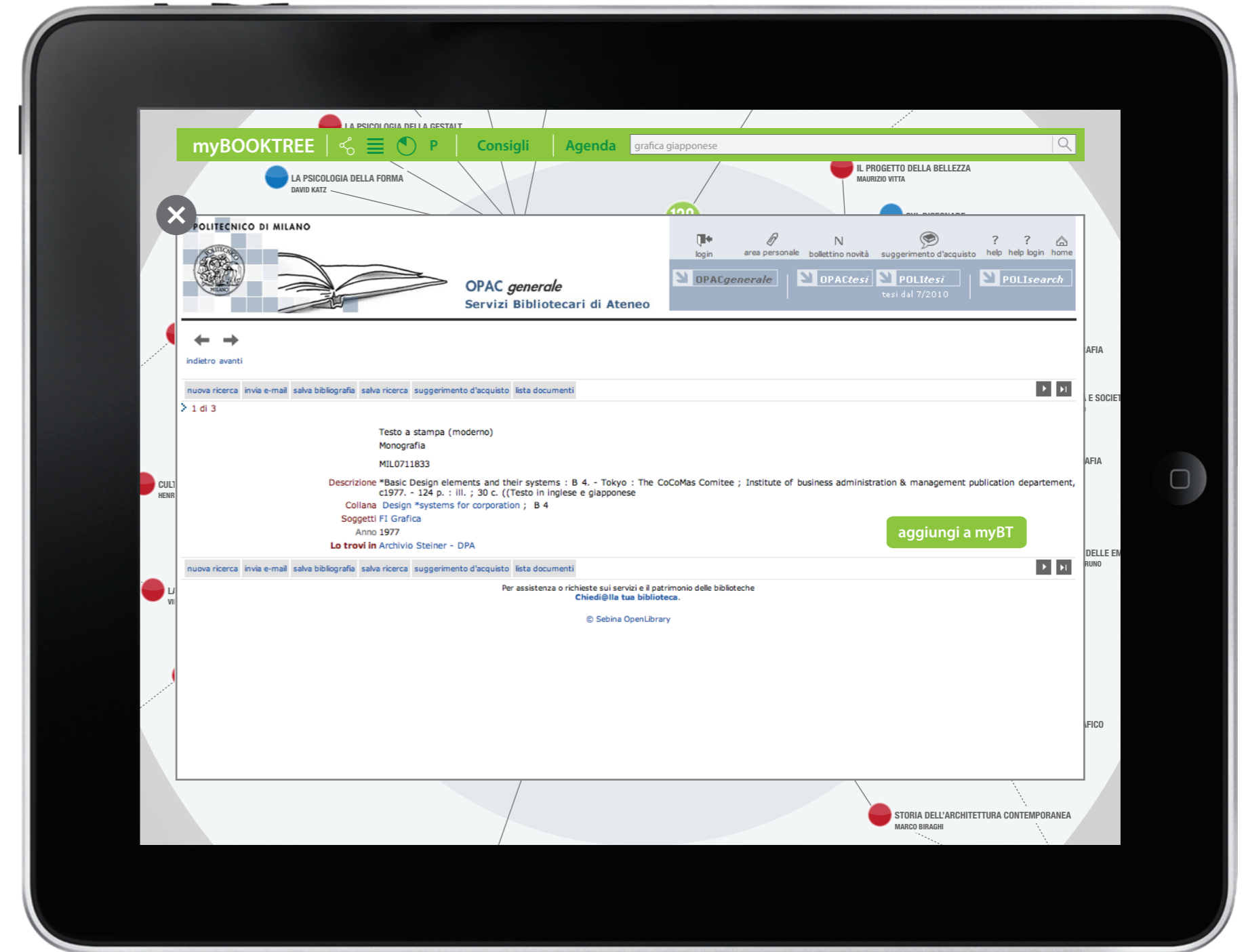


### Strumento di ricerca

Nel caso in cui si svolga una ricerca generica, l'applicazione semplicemente invia la richiesta all'OPAC, aprendo una pagina web navigabile.

Raggiunto il volume che interessa l'utente, questo può aggiungerlo a myBT mediante il pulsante verde.

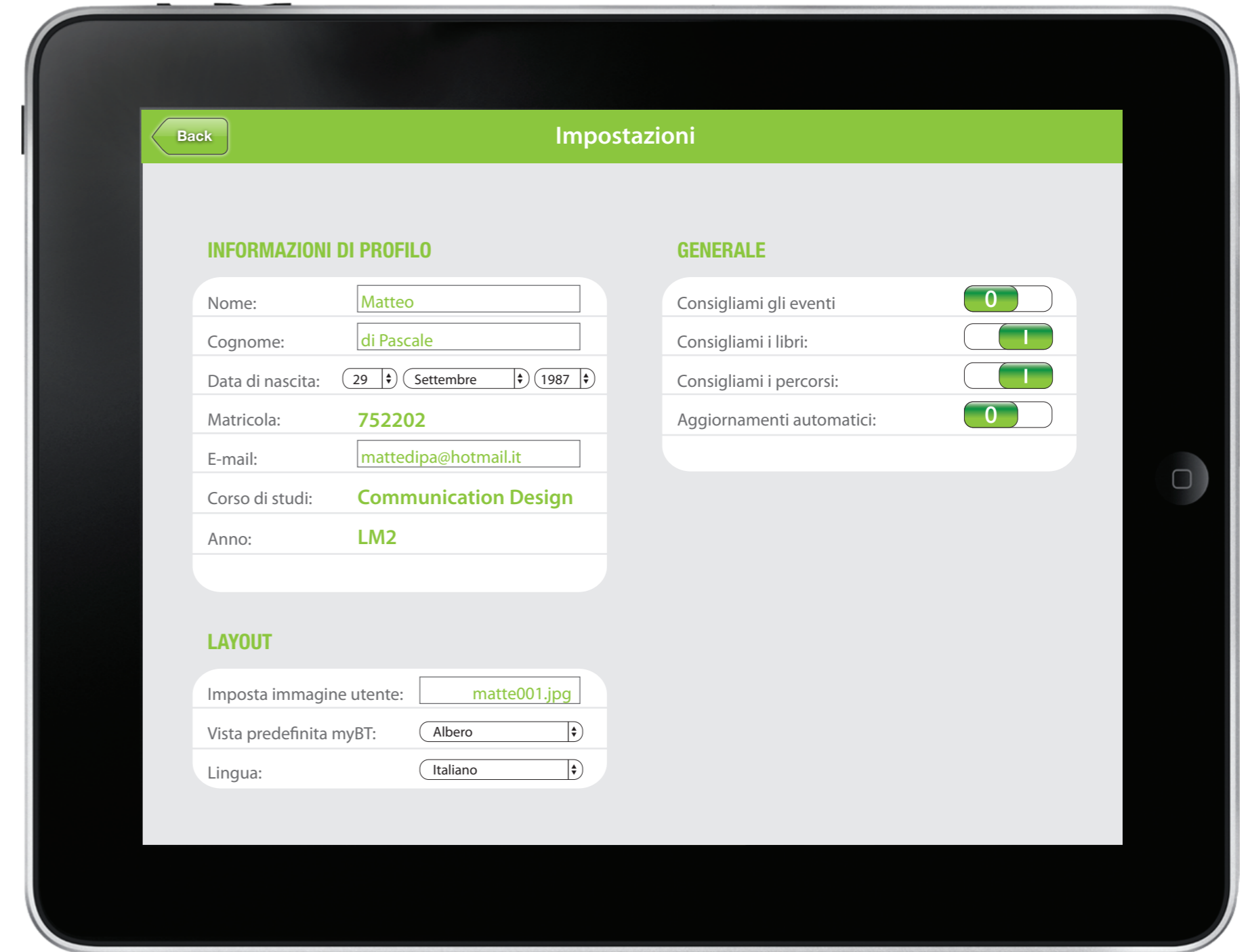
(questa funzione richiede una modifica al sistema OPAC)





## Impostazioni

Dalla pagina delle impostazioni è possibile cambiare alcuni dati del proprio profilo, scegliere la visualizzazione di default, il grado d'invadenza dell'applicazione.



## Menù percorsi

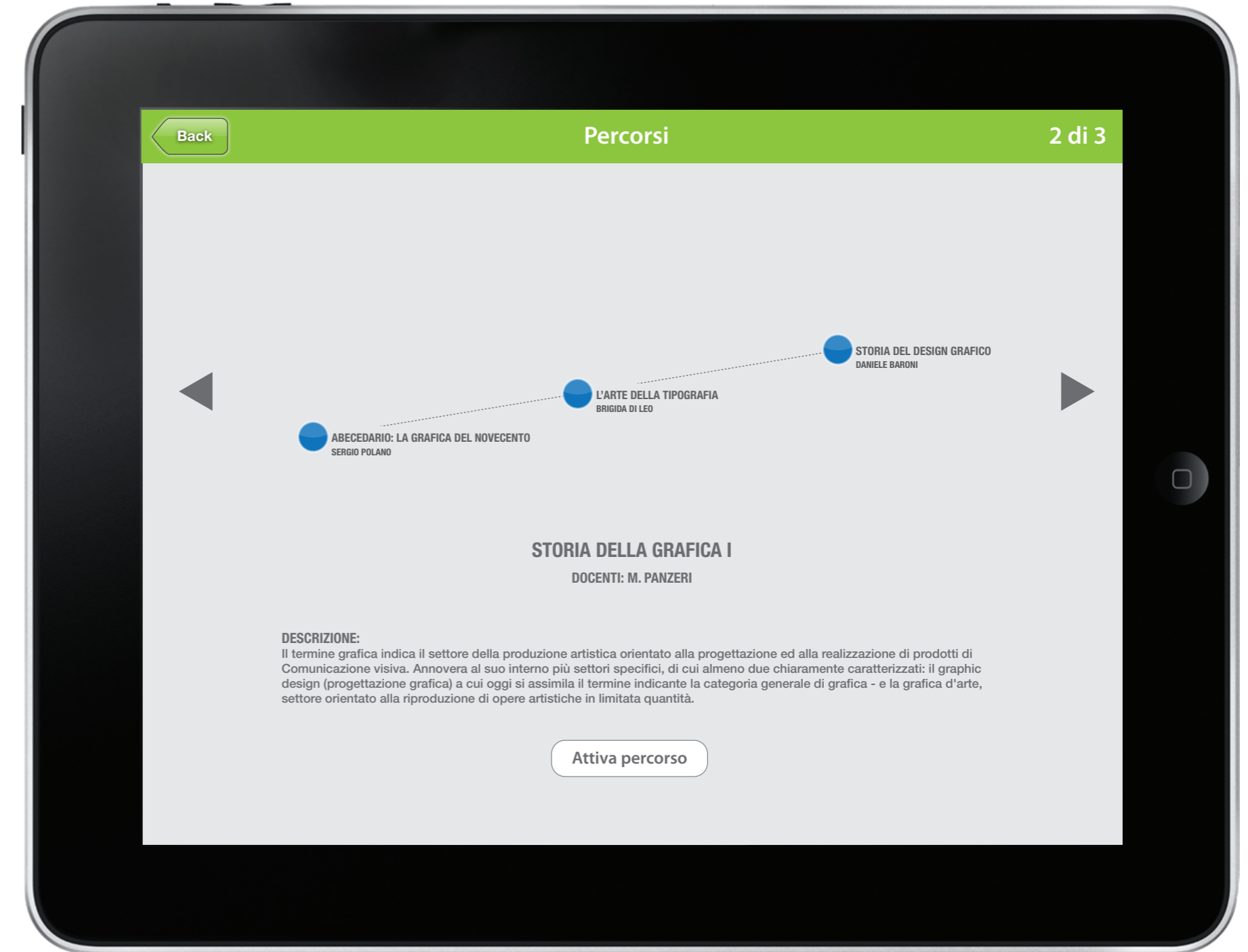
Da qui è possibile:

- scegliere un percorso di ampliamento: l'applicazione calcola in base al grafico myBT alcuni percorsi idonei all'utente e glieli sottopone;
- Cercare un percorso: si effettua una ricerca nel DATABASE;
- Chiedere un percorso casuale.



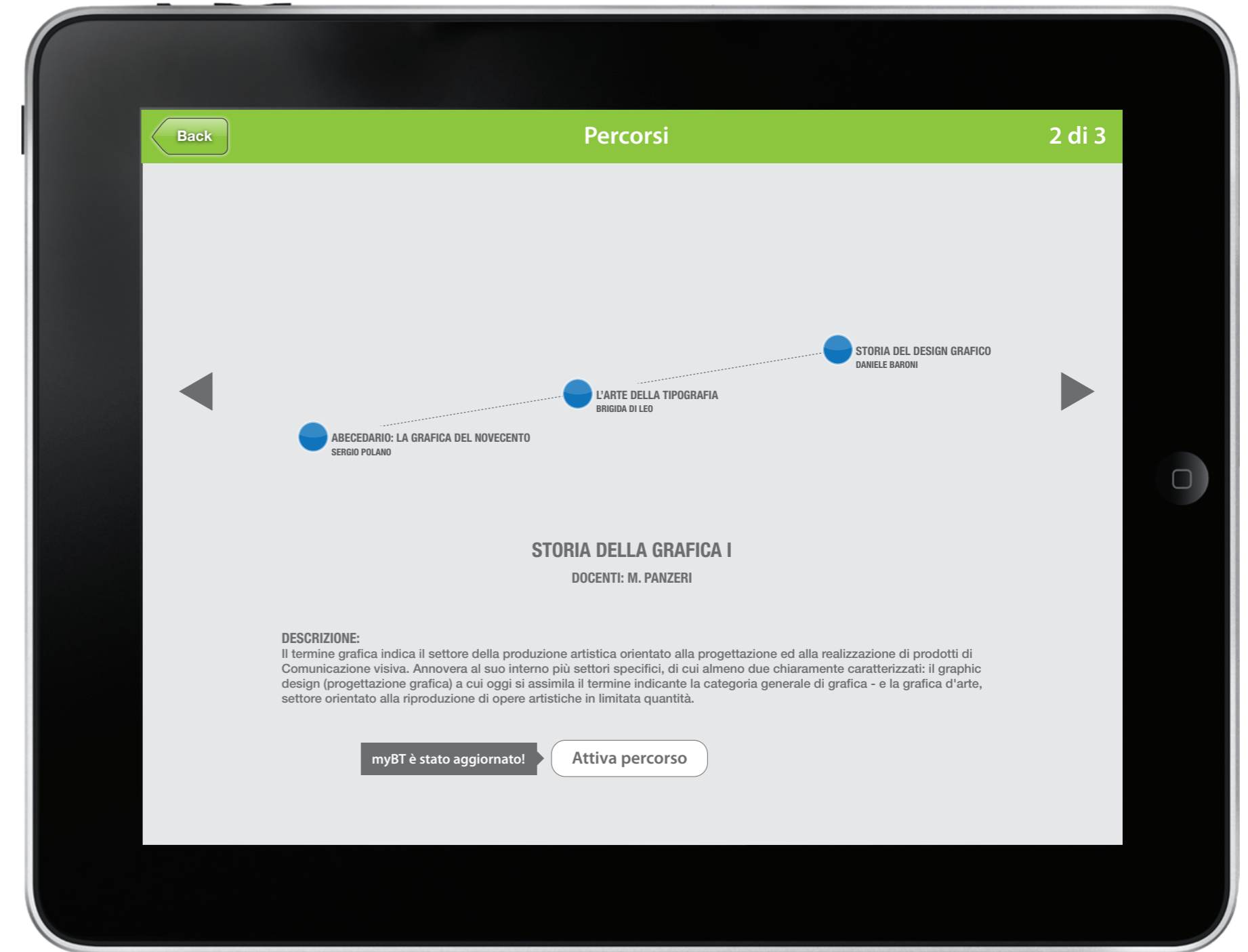
## Scegliere un percorso

Si possono far scorrere i percorsi e scegliere di attivarne uno.



### Attivare percorso

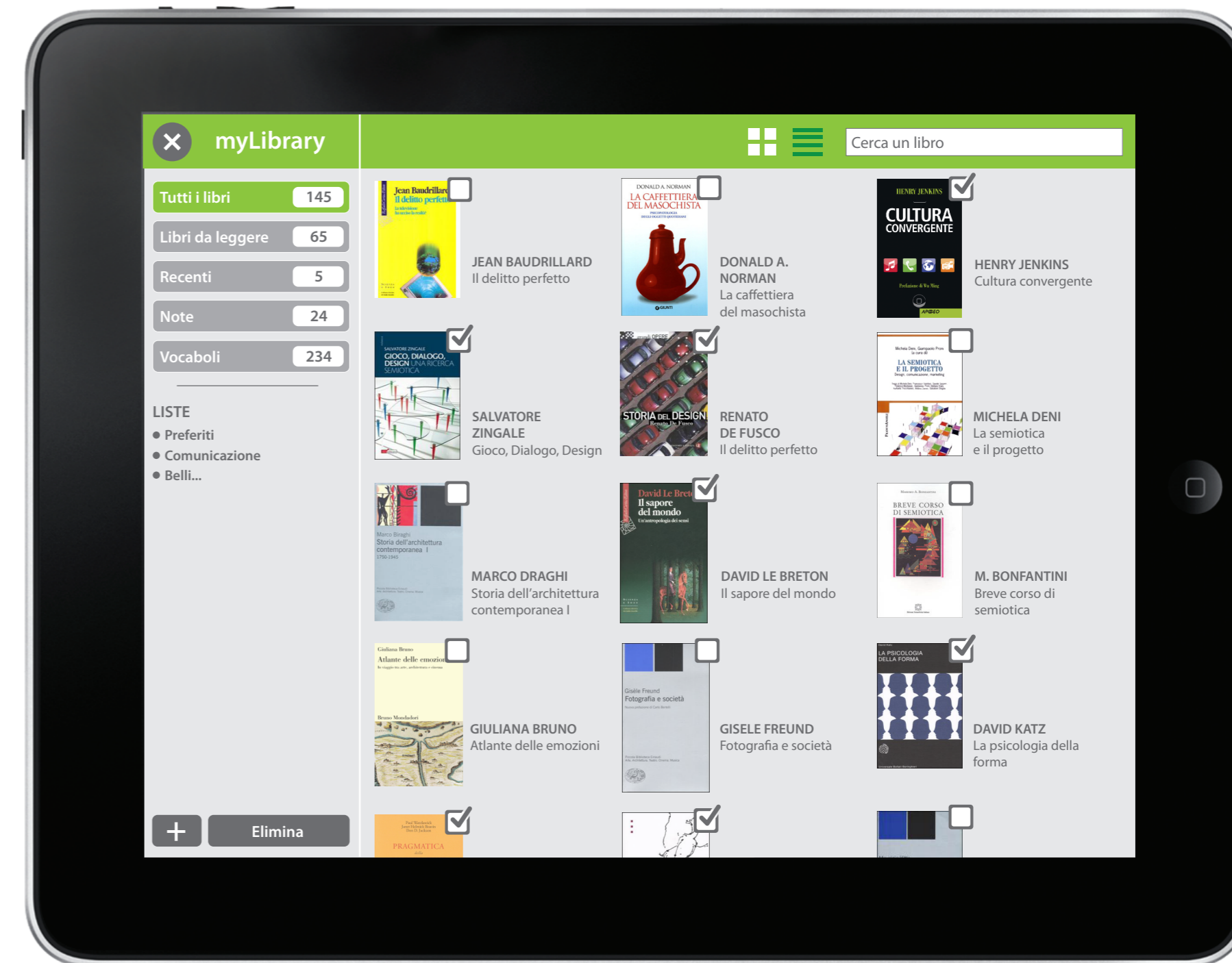
Schiacciando "Attiva percorso", l'applicazione aggiorna il grafico myBT con gli elementi nuovi.



## myLibrary

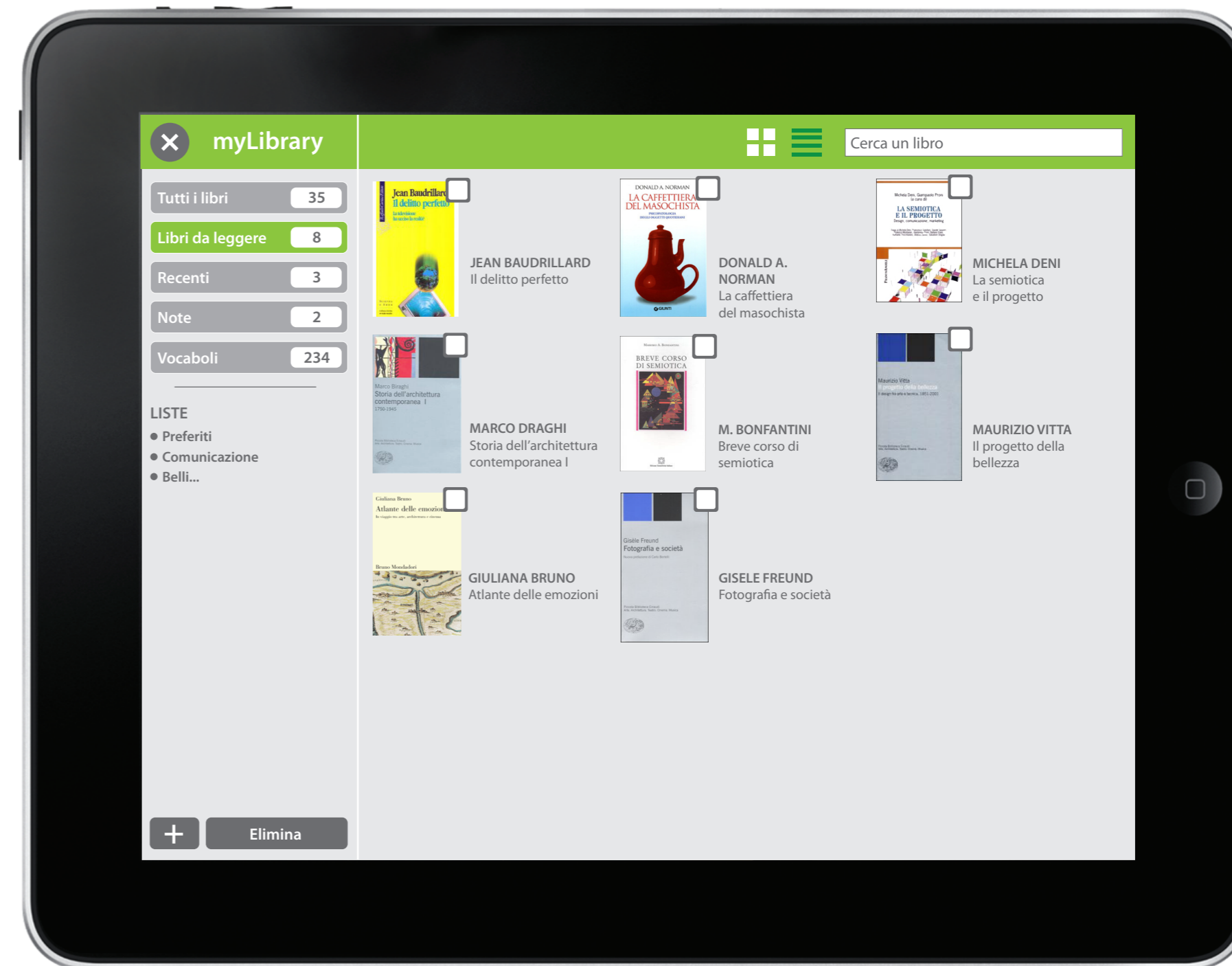
Gestisce i file di lettura organizzati visualmente in myBT. Posso aprire i libri per leggerli, segnalare se li ho letti meno.

È anche possibile creare e eliminare liste, e trascinare oggetti da una lista ad un'altra.



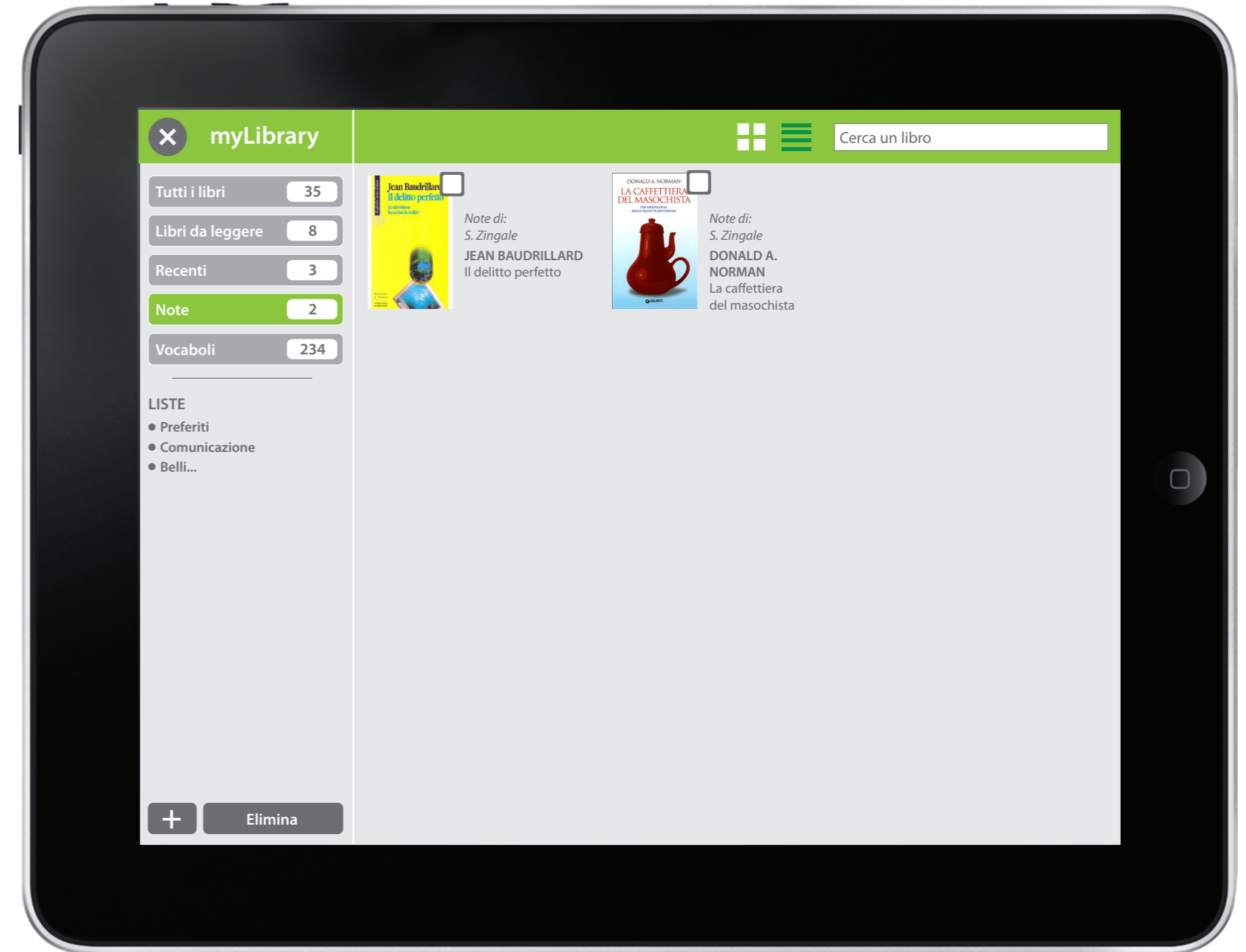
## Libri da leggere

Scelgo di visualizzare solo i libri che devo ancora leggere.



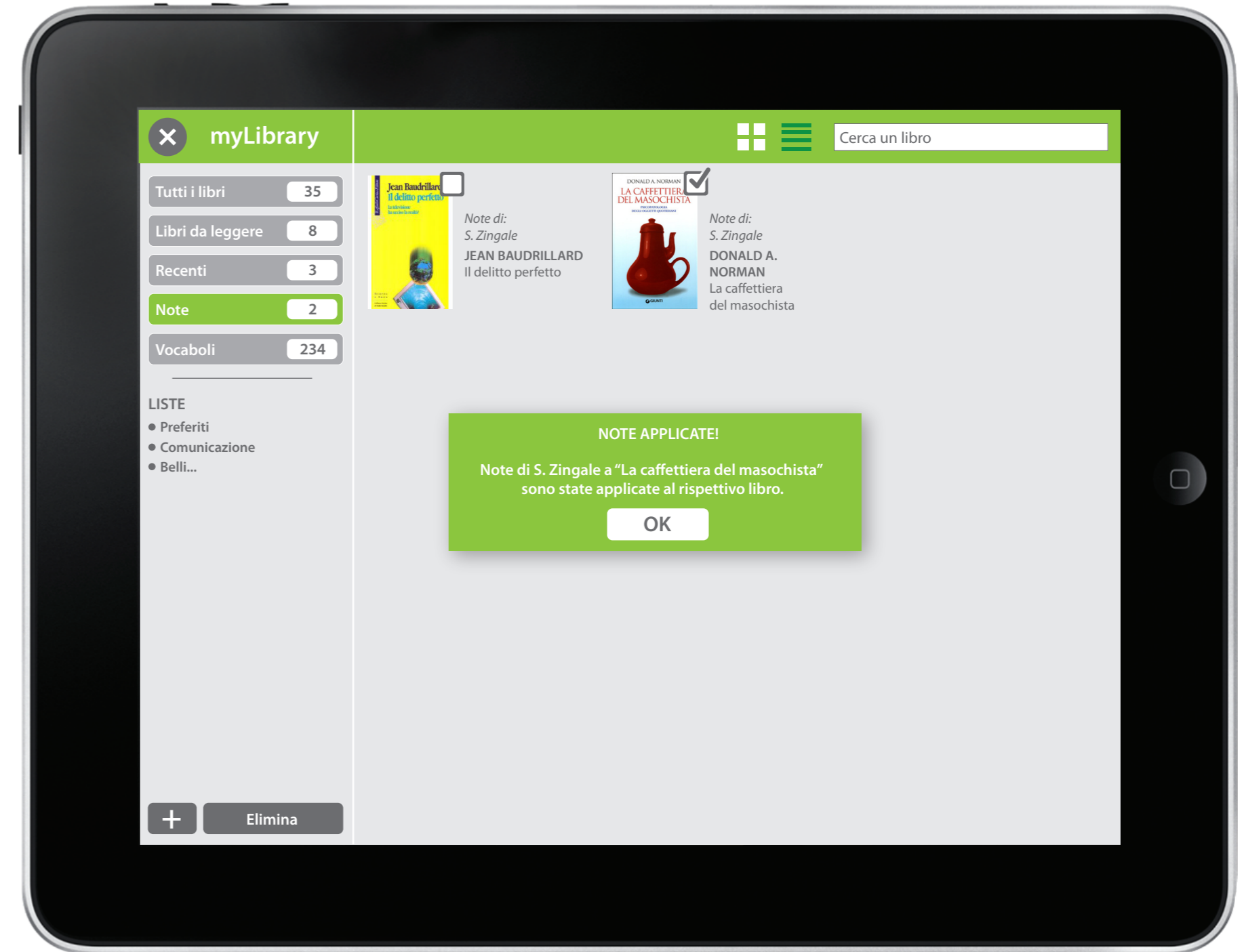
## Note

Visualizzo solo i file contenenti le note.  
Posso decidere se attivarle o meno, selezionando l'opzione di spunta.



### Nota attivata

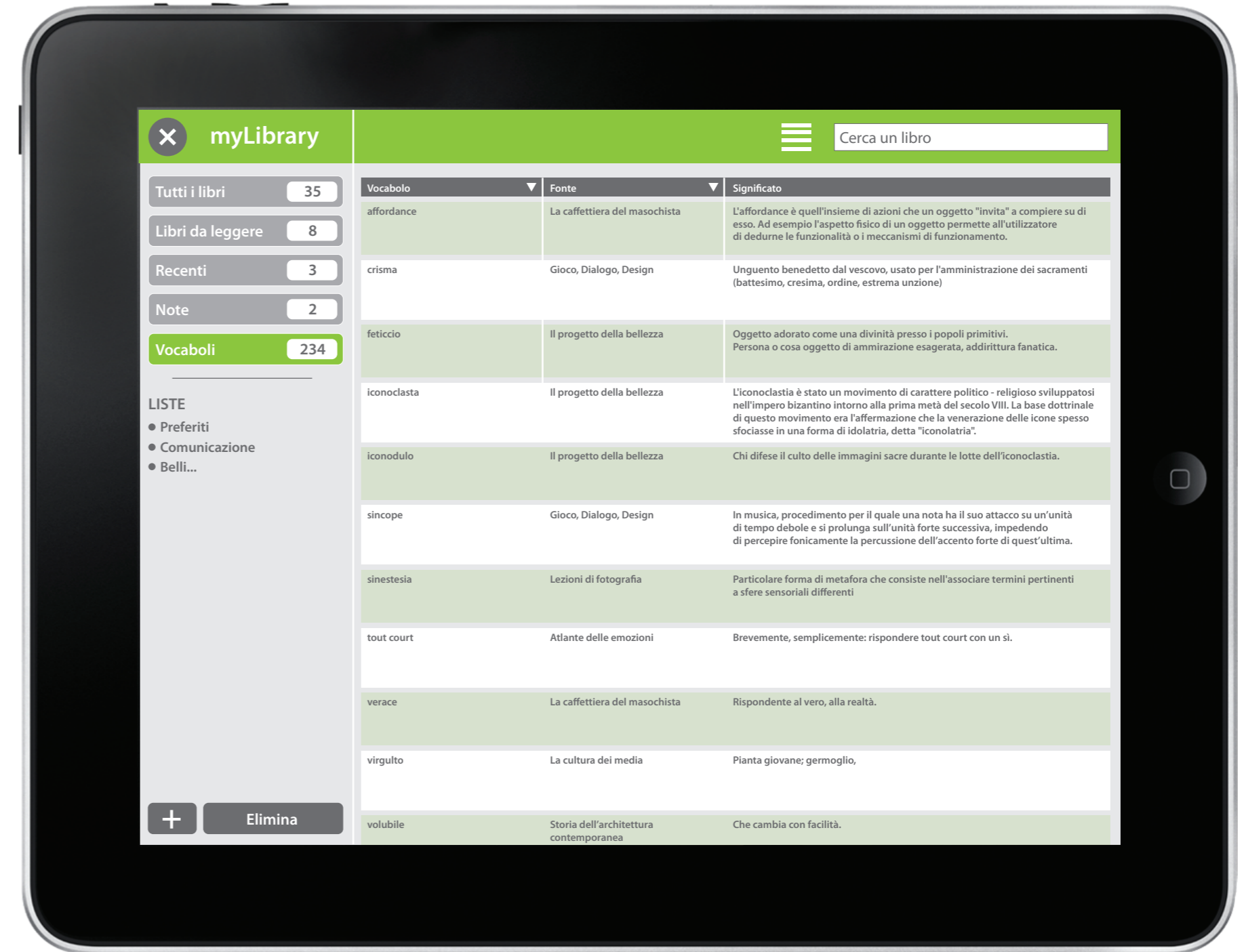
Quando una nota viene attivata, myBOOKTREE la applica al libro relativo.





## Vocabolario

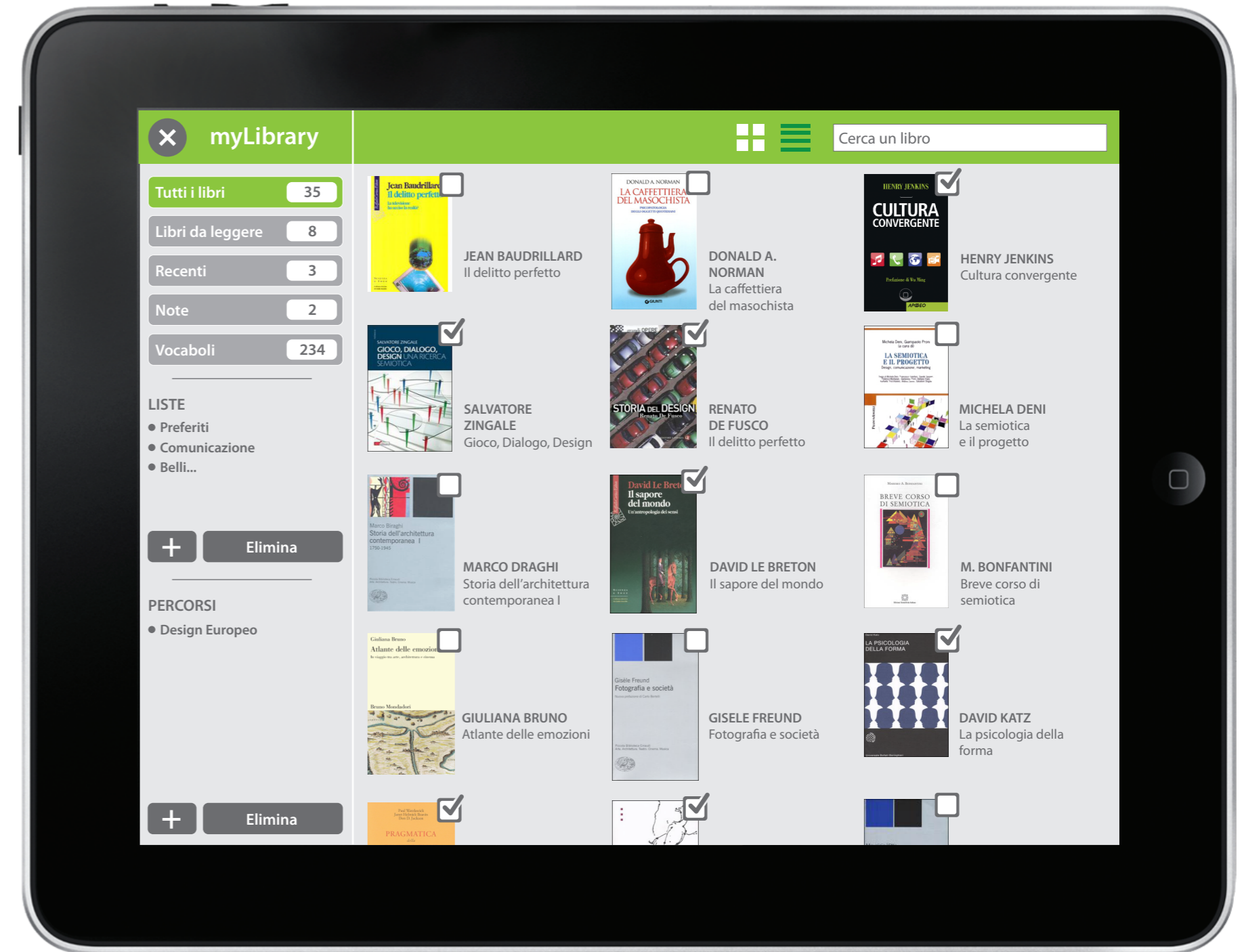
Ogni volta che l'utente seleziona una parola, durante la lettura, per conoscerne il significato, l'applicazione la salva, in modo che possa essere ricontrollata in seguito.



## Account docente

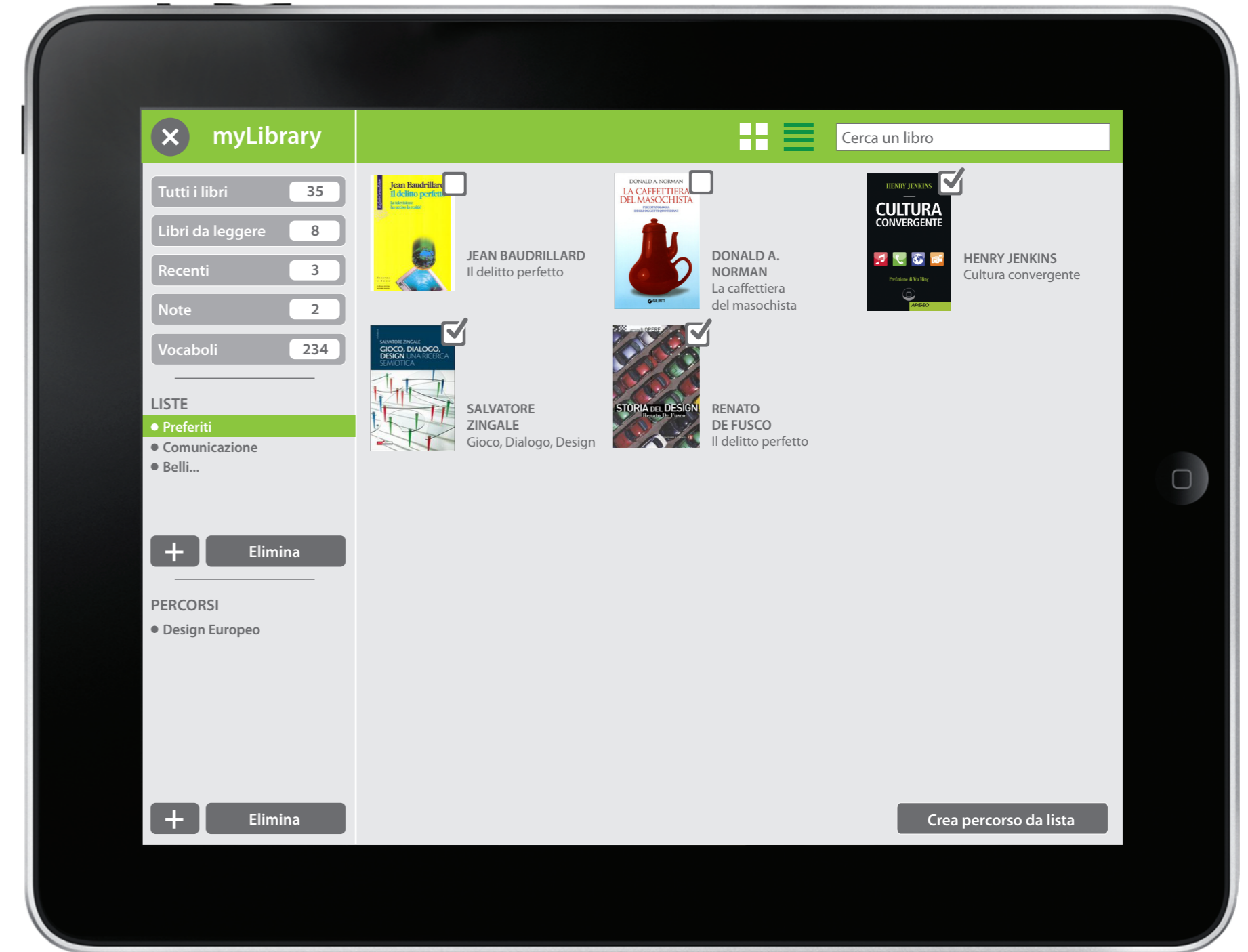
L'unica differenza tra gli account docente e studente è la presenza di uno strumento che aiuta a costruire le bibliografie.

Vi si accede attraverso le liste di myLibrary. Si seleziona il pulsante "Crea percorso da lista" e l'editor dedicato automaticamente si apre.



### Crea percorso da lista

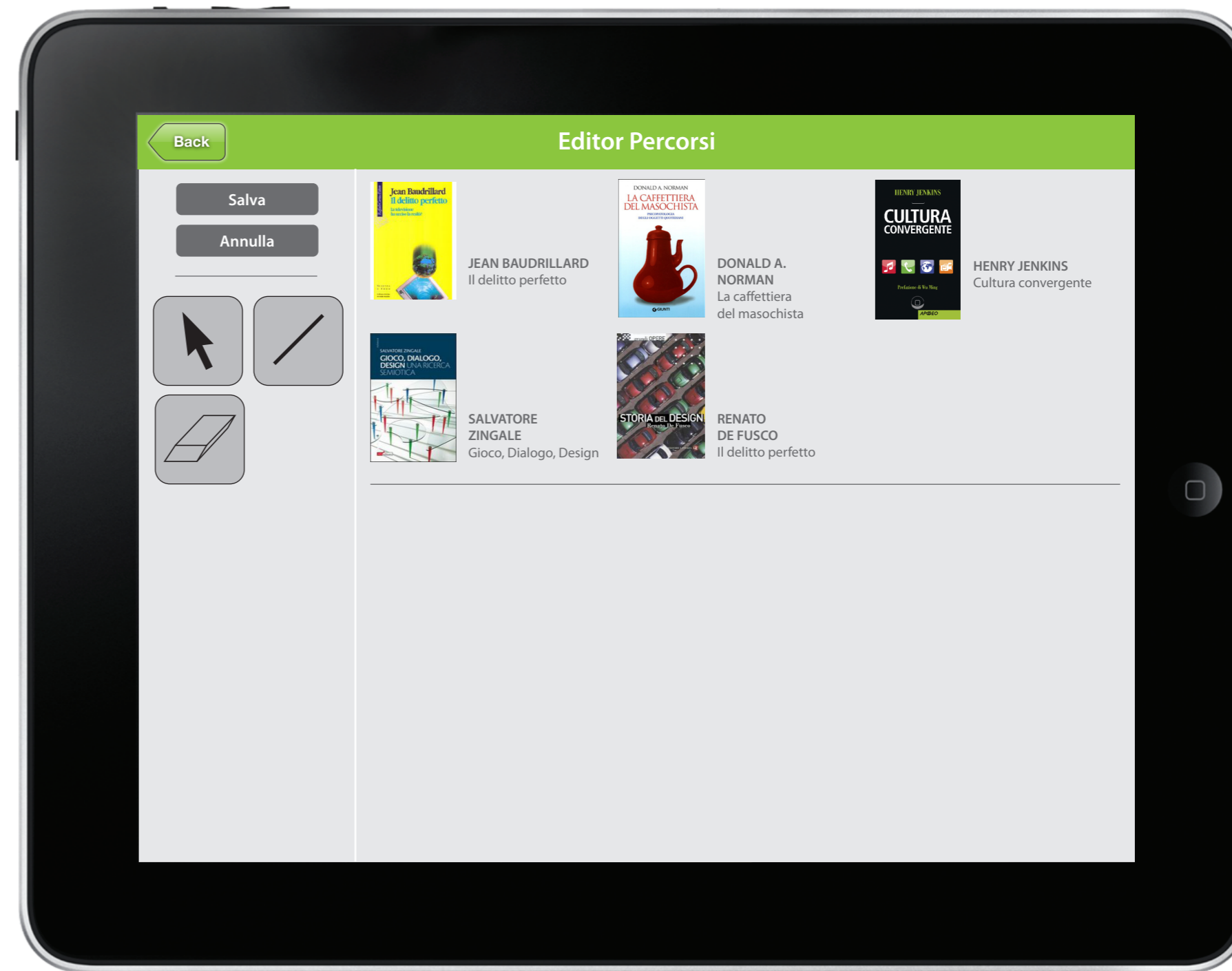
Selezionando la lista, compare il pulsante "Crea percorso da lista".



## Editor percorsi

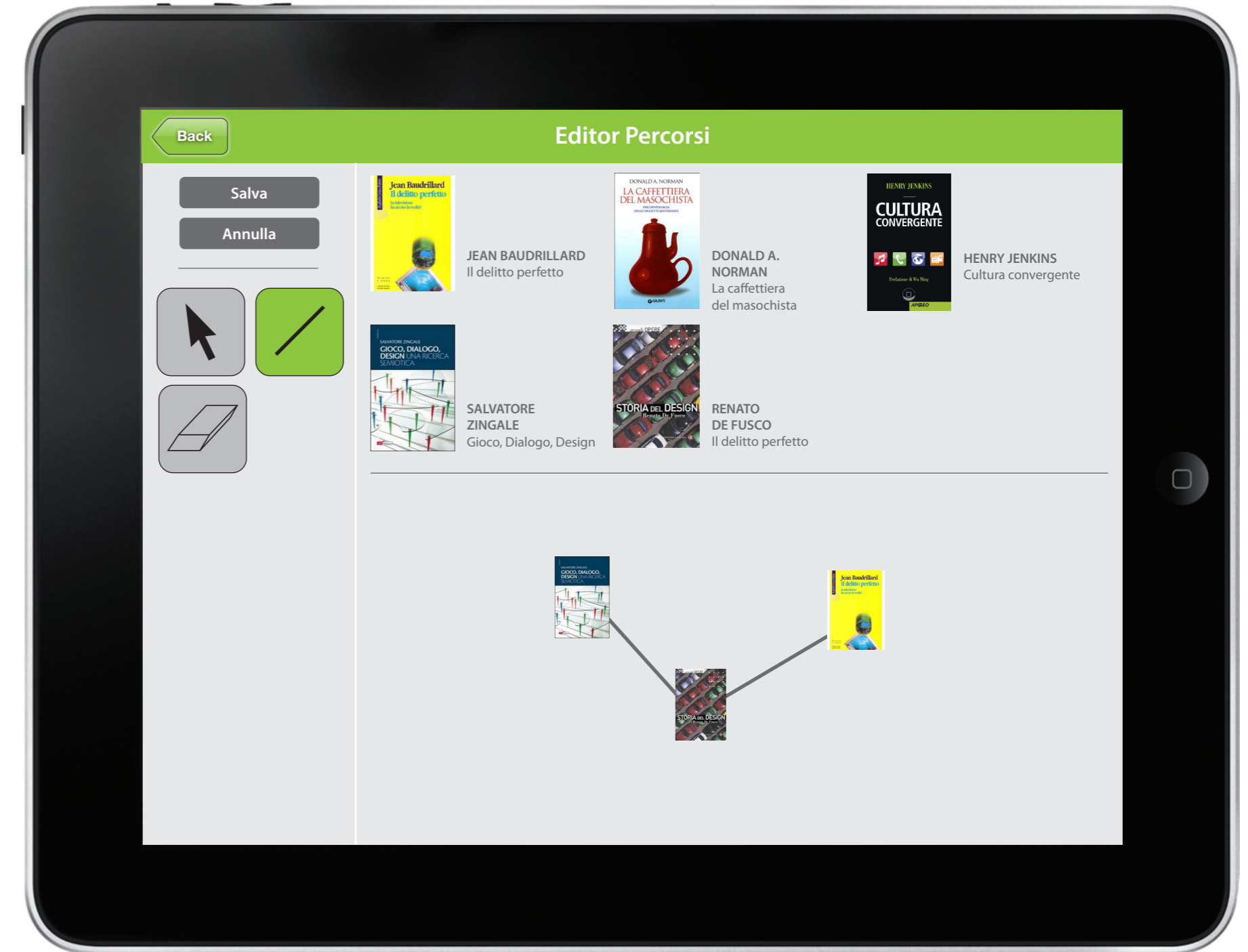
Il funzionamento è basilico:

1. In alto compaiono i libri e le note presenti nella lista precedentemente selezionata;
2. con lo strumento "freccia" si trascinano nell'area di lavoro in basso;
3. con lo strumento "linea" si creano i collegamenti fra i vari elementi;
4. con lo strumento "gomma" si elimina un eventuale errore.



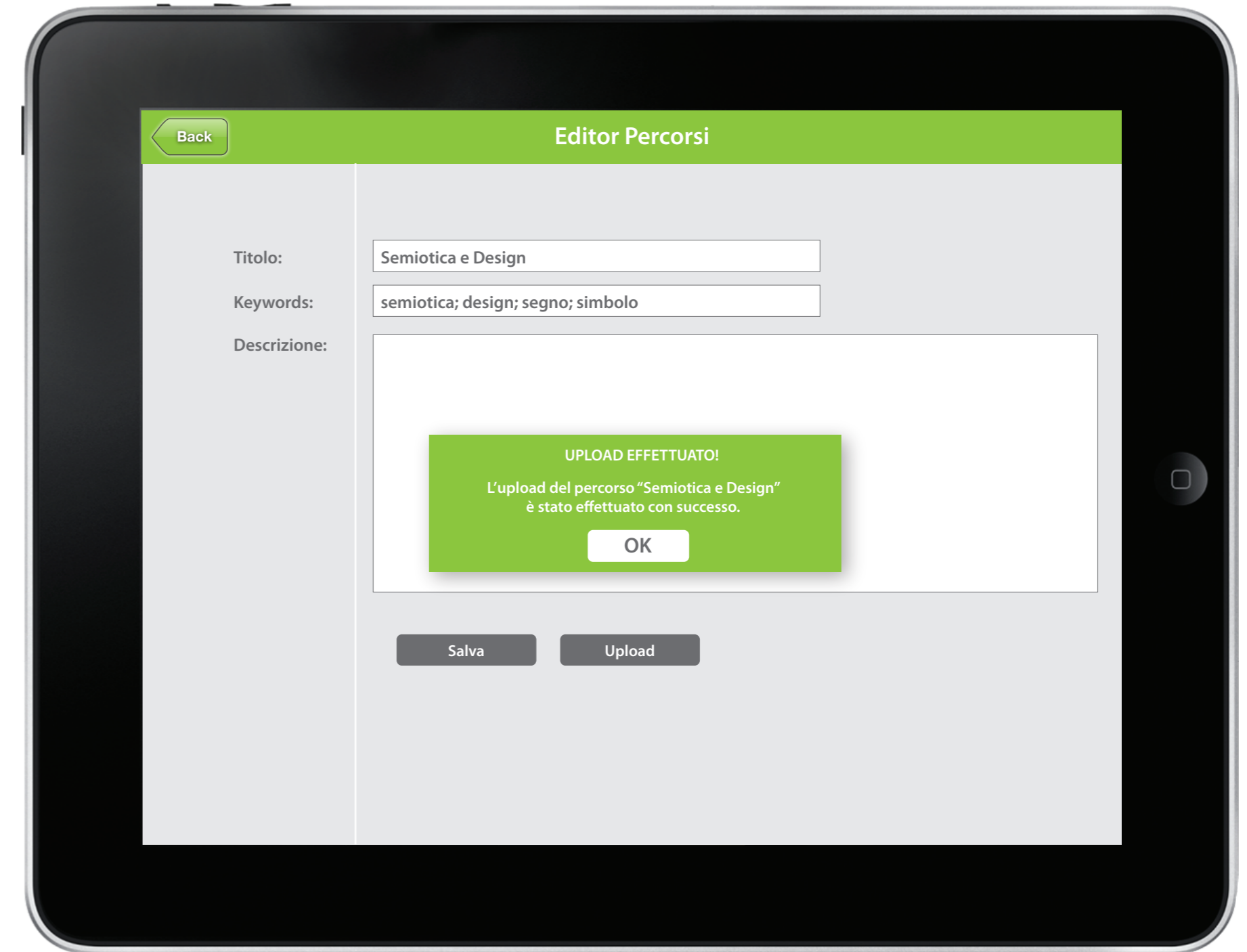
### Salva percorso

Quando il percorso è stato costruito, è possibile salvarlo e caricarlo all'interno del DATABASE.



### Upload percorso

Il docente aggiunge le informazioni richieste e preme il pulsante "upload". Immediatamente l'applicazione carica il file *online* e permette agli studenti di fruirne.



# CONCLUSIONI

myBOOKTREE ha il fine primario di gestire l'*e-content* in base alle esigenze dell'utente.

La versione sviluppata in questa tesi è ridotta e circoscritta ai corsi di laurea in Design del Politecnico di Milano, ma lo stesso concetto può essere facilmente esteso a realtà più ampie (anche alla rete Internet). Apportando poche modifiche alla struttura del database e alla fonte cui myBOOKTREE attinge le informazioni, è possibile adattarlo a qualsivoglia ambiente.

L'applicazione nasce come strumento di apprendimento e ha una sua efficacia se lavora per l'utente e non per il prodotto. Deve aiutare a creare collegamenti, libera da ogni stimolo pubblicitario.

Si distingue dai sistemi di elaborazione delle preferenze – già presenti in rete – che suggeriscono cosa acquistare (vedi Amazon, eBay): orientati ad una commercializzazione esasperante, svolgono la loro funzione in maniera meccanica (confrontano le preferenze degli utenti, suggeriscono argomenti simili senza un giusto controllo).

L'adozione di un database gestito da esperti, garantisce invece l'affidabilità di myBOOKTREE.

Consci della crescente complessità della Rete possiamo presumere che il pubblico avrà sempre maggior bisogno di disporre di strumenti ottimizzati che lo aiutino a muoversi nell'eccessiva abbondanza di contenuto.

Questa previsione rappresenta un campo di ricerca ancora poco approfondito, che tuttavia mette in luce rischi imminenti.

Lo sviluppo di un'applicazione come myBOOKTREE orientata al marketing e non alla conoscenza, potrebbe risultare non solo inutile, ma addirittura dannosa per gli utenti futuri.

# BIBLIOGRAFIA

1. AIE, *Rapporto sull'editoria 2011*
2. A. Cadioli, G. Vigni, *Storia dell'editoria italiana*, Editrice Bibliografica, 2004
3. M. Dewey, *Classificazione decimale Dewey: Edizione 21: Edizione italiana a cura del Gruppo di lavoro della Bibliografia nazionale italiana, con la consulenza di Luigi Crocetti*, Roma, 2000
4. J. Gomez, *Print is dead*, Palgrave Macmillan, 2009
5. M. Authier & P. Levy, *Les Arbres de Connaissance*, Paris, 1999
6. D. Moretti, *Il lavoro editoriale*, Laterza, Roma, 2005
7. G. Ragone, *L'editoria in Italia*, Liguori, 2005
8. G. Roncaglia, *La Quarta Rivoluzione*, Laterza, 2010
9. G. Solimine, *L'Italia che legge*, Laterza, 2010



# SITI WEB DI RIFERIMENTO

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

<http://www.aie.it>

<http://www.libraitaliani.it>

<http://www.publishersweekly.com/>

<http://www.bookrepublic.it/about/chi-siamo/>

<http://www.simplicissimus.it>

<http://www.edigita.it>

<http://www.copyleft-italia.it/>

[http://www.openebook.org/doc\\_library/ecology/A%20Framework%20for%20the%20Epublishing%20Ecology.doc](http://www.openebook.org/doc_library/ecology/A%20Framework%20for%20the%20Epublishing%20Ecology.doc)

[http://www.liquidinformation.org/engelbart/62\\_paper\\_full.pdf](http://www.liquidinformation.org/engelbart/62_paper_full.pdf)

[http://www.gazzettadiparma.it/primapagina/dettaglio/5/73653/Ebook%3A\\_il\\_parmigiano\\_Paolo\\_Nori\\_traina\\_il\\_successo\\_della\\_nuova\\_editrice\\_Sugaman.index.html](http://www.gazzettadiparma.it/primapagina/dettaglio/5/73653/Ebook%3A_il_parmigiano_Paolo_Nori_traina_il_successo_della_nuova_editrice_Sugaman.index.html)

[http://www.economist.com/blogs/prospero/2010/07/andrew\\_wylies\\_publishing\\_deal\\_amazon](http://www.economist.com/blogs/prospero/2010/07/andrew_wylies_publishing_deal_amazon)

[http://www.corriere.it/cultura/09\\_agosto\\_03/distefano\\_poeti\\_scrittori\\_editori\\_8199eef2-7ff3-11de-bb07-00144f02aabc.shtml](http://www.corriere.it/cultura/09_agosto_03/distefano_poeti_scrittori_editori_8199eef2-7ff3-11de-bb07-00144f02aabc.shtml)

## RINGRAZIAMENTI

Prima di tutto voglio ringraziare Mauro Panzeri, non soltanto per il suo ruolo di relatore ma in quanto docente: in questi anni bui nei quali i tesisti vengono spesso sfruttati, lui segue gli studenti con onestà e franchezza; e io lo stimo per questo. Aggiungo un ultimo ringraziamento per le piccole lezioni di editing, che ho molto apprezzato.

Un grazie anche a Marco Quaggiotto, che mi ha gentilmente aiutato con alcune questioni tecniche; e a tutti i docenti che ho importunato – come Paolo Ciuccarelli, mentre saliva in moto – per rapidi e vaghi consulti.

Colgo adesso l'occasione per tirare le somme del mio breve periodo milanese: ad Andrea, che mi ha convinto a iscrivermi; a Ponz, con cui ho fatto un primo sopralluogo sui navigli; a Linda, che mi ha aiutato a trovare casa e mi ha sopportato per un anno dentro uno spazio abitativo di 20mq; a Giulia, con cui ho condiviso le gioie e gli orrori di una città nuova; al 29/30 che mi ha sempre riportato a casa; a San Lorenzo, che sembra vegliare sui luoghi a me più cari; a Jònsi e Damien Rice, pilastri della mia colonna sonora; a Claudia e al Lunedì, e alla nostra bottiglia

di rosso; al micro-clima del Sempione; al Palazzo della Ragione; a un trio spregevole, per avermi ricordato il piacere del disprezzo; a Serena, che ha finalmente espiato la colpa delle sue origini liguri; alla Bovisa, che mi ha accolto come una madre avveza al perdono; al mio balcone incorniciato da pareti color salmone; a Marta, che ricorderò sempre dentro l'atmosfera di un film noir; a Mauro e Sonny, e alla panda verde sempre aperta; a Enzo, perché è un tipo onesto; ai miei due coinquilini e a villa Imbriani: è stato un vero onore; alle mie passeggiate notturne in bici, che forse mi hanno salvato; a Luis e alla sua straordinaria voglia di fare, che è stata come una ventata d'aria fresca in questi ultimi terribili mesi; a Sandra, che ha risvegliato in me l'amore per gli Arcani; alla mia famiglia, che sopporta da anni il mio dannato malumore; ai miei più cari e vecchi amici, che rappresentano la mia vera patria, ovunque essi siano; alla Russia e al teatro improvvisato; al mio fastidioso senso del dovere, che spero possa adagiarsi dentro una tomba scavata con fatica dove, finalmente, spegnersi; e a Milano, che mi ha dato tanto da scrivere.