



UNIVERSITÀ DI PISA

Corso di Laurea in Informatica Umanistica

Relazione

Quaderni di Cultura Digitale

Progetto grafico-editoriale per una collana di monografie in formato e-Book per il Laboratorio di cultura digitale dell'Università di Pisa

Iulia Alexandra Bisericarui **Candidato**

Relatore: Prof.ssa Rapisarda Beatrice

Correlatore: Prof.ssa Salvatori Nicoletta

Anno Accademico 2020/2021

Si ringrazia l'editore Luciano SIMONELLI per la disponibilità e la pazienza dimostrata nel seguire passo passo lo sviluppo e la validazione di questa prima monografia.

Quaderni di Cultura Digitale

Progetto grafico-editoriale per una collana di monografie in formato e-book per il Laboratorio di cultura digitale dell'Università di Pisa

INDICE

Introduzione

1. Il LabCD

2. Il Progetto

3. La Collana

3.1 L'Analisi di Mercato/Stato dell'Arte

3.1.1 Insight

3.1.2 Brainstorming

3.1.3 Il Concept

3.1.4 Palette Colori

3.2 La Copertina

3.2.1 Carattere Tipografico (Font)

3.2.2 Proposte di copertina

3.2.3 La copertina scelta

3.3 Testo, Layout e le varie scelte stilistiche

3.3.1 Impaginazione

3.3.2 Carattere Tipografico (Font del testo)

3.3.3 Stili di Testo

3.3.4 L'Indice Navigabile

3.3.5 L'Elaborazione dei grafici, delle immagini e delle tabelle

3.3.6 Collegamenti ipertestuali e rimandi

3.3.7 L'importanza di seguire le linee guida

4. Monografie

4.1 La Prima Monografia

4.1.1 Revisione del testo

4.1.2 Formattazione del testo

4.2 La Seconda Monografia

5. La Pubblicazione

Conclusioni

Ringraziamenti

Vorrei ringraziare di cuore la Prof.ssa Beatrice Rapisarda e la Prof.ssa Nicoletta Salvatori per la pazienza avuta e l'inesauribile sostegno che mi hanno dato lungo questo percorso. Oltre ad avermi guidato nella stesura di questo lavoro, mi hanno trasmesso la passione e l'entusiasmo necessari affinché la tesi prendesse forma giorno dopo giorno.

Una dedica speciale va invece a tutta la mia famiglia, ma in special modo a Mamma, Mimmi e Rodolfo. Per ultimo, ma non in ordine d'importanza, vorrei ringraziare Raffaele che ogni giorno ha condiviso con me gioie, sacrifici e successi, sostenendomi e supportandomi più di chiunque altro. L'affetto e il sostegno che tutti loro mi hanno dimostrato rendono questo traguardo ancora più prezioso.

Introduzione

Un libro rappresenta un prodotto industriale di estrema complessità in ogni sua forma, sia che esso sia cartaceo o che sia digitale.

Per un libro è fondamentale avere una struttura grafica chiara e funzionale. In passato le edizioni erano semplici e lineari perché realizzate “artigianalmente” con la linotype, macchinari a piombo fuso inventati alla fine del XIX secolo e sostituiti in seguito, solo dall’avvento dei primi computer nella seconda metà del secolo scorso¹. Con l’arrivo del computer era possibile immettere i testi e creare pellicole che riproducevano l’impaginato, conservando tuttavia ancora un passaggio di lavoro manuale da parte dell’impaginatore. In seguito all’evoluzione tecnologica, avvenuta negli ultimi vent’anni e grazie allo sviluppo dei software dedicati all’editoria, l’intero processo produttivo è divenuto **completamente digitalizzato**. Questo nuovo *format* ha cambiato radicalmente il modo di accedere ai testi, rendendoli navigabili, condivisibili, tascabili e leggeri da trasportare. Attualmente la produzione degli eBook va di pari passo con la pubblicazione dei libri cartacei; ma sono ancora pochi i titoli infatti che vengono redatti per una pubblicazione solo digitale.

In questi ultimi anni, anche la **grafica editoriale** ha subito notevoli cambiamenti dovuti proprio all’affermarsi del digitale e alla sempre più grande diffusione degli eBook. Si è compreso infatti quanto la scelta giusta di un layout, del carattere tipografico, o dell’immagine di copertina possa influenzare e/o condizionare la buona riuscita di un libro in termini di sell out e diffusione anche quando si tratta di libri digitali.

Da sempre oltre a ricercare un **layout chiaro** e funzionale alla comprensione del testo si studia anche come **rendere accattivante la grafica** del libro sulla base di indicazioni che vengono dall’editore, di tendenze che mutano con i tempi e i gusti del pubblico. La grafica editoriale è una professione che richiede le **conoscenze tecniche** dell’impaginazione, ma anche della progettazione del layout interno. Per ogni nuova pubblicazione il grafico deve studiare e sviluppare un nuovo progetto, che richiede in una prima fase la conoscenza del testo da pubblicare e del suo pubblico di riferimento. Questo permetterà non solo di utilizzare buon gusto nell’accostamento degli elementi, ma di creare il design più adatto all’opera che deve essere messa in pagina. Oltre che una **copertina** d’impatto, i libri devono avere una grafica interna che sia coerente con i contenuti rendendo fruibili testi e immagini nonché piacevole la lettura.

L’obiettivo che si pone questa tesi è quello di creare e sviluppare un progetto di grafica editoriale di una collana di monografie in formato eBook, avendo come fine la sua pubblicazione sulle piattaforme di vendita online. Il progetto mira allo sviluppo di una grafica semplice ed accattivante, ma al contempo coerente con le specifiche dei temi trattati. Il

¹ “Storia della Stampa”: <http://docenti.unimc.it/rosa.borraccini/teaching/2017/17542/files/storia-del-libro-e-delleditoria-2017-2018/libro-in-antico-regime-tipografico>

progetto prevede infatti la pubblicazione di una collana di testi istituzionali seguiti e sviluppati all'interno del Laboratorio di Cultura Digitale dell'Università di Pisa. La pubblicazione che è avvenuta lo scorso Ottobre per il primo dei volumi è stata realizzata in collaborazione con la casa editrice Simonelli Editore, casa editrice di eBook e libri fondata nel 1955 a Milano.

Il progetto comprende un vasto **studio del mercato** grazie al quale è stato possibile sviluppare una **linea grafica editoriale efficace**, con la creazione di una **copertina riconoscibile** e un **layout interno** dalla struttura armonica e funzionale, nonché di facile comprensione per il lettore. La collana di libri "**Quaderni di Cultura Digitale**" nasce come pubblicazione digitale e per questo motivo è stato importante dare ai singoli eBook un'**identità grafica forte e chiara** che consenta al prodotto di essere comunicato meglio al pubblico attraverso gli strumenti del marketing digitale.

1. II LabCD

“Quaderni di Cultura Digitale” è un progetto che nasce all’interno del **Laboratorio di Cultura Digitale** dell’Università di Pisa.

Il Laboratorio di Cultura Digitale (LabCD) è un **Centro interdipartimentale di formazione e ricerca** sviluppato nel 2011 grazie alla collaborazione di docenti appartenenti a cinque diversi Dipartimenti e numerosi studiosi indipendenti. Il LABCD ha avuto una lunga gestazione all’interno del Corso di Laurea di Informatica Umanistica e dell’ex-CISIAU (Centro Interdipartimentale di Servizi Informatici per l’Area Umanistica). Il Corso di Laurea di Informatica Umanistica (Digital Humanities) è un corso di laurea che nasce dall’unione di due aree disciplinari, umanistica e informatica, che mira alla formazione di figure professionali capaci di *“padroneggiare gli strumenti informatici pertinenti al trattamento di contenuti culturali”*². L’ex-CISIAU, ora diventato il Polo 4 del SID, si è distinto grazie a studenti e docenti che hanno *“operato in maniera intensa e proficua nel settore dell’e-learning e della comunicazione, servendo diverse e crescenti esigenze informatiche dell’area umanistica”*³.

Alla base di questo Centro di formazione e ricerca c’è la volontà di sviluppare progetti, strumenti e conoscenze che raggruppano al loro interno sia le scienze umanistiche che quelle informatiche. La nozione di Cultura Digitale, come viene riportata sulla pagina ufficiale del laboratorio, racchiude al suo interno la dedizione verso la *“conservazione e trasmissione del patrimonio culturale tramite i nuovi media e lo studio sull’evoluzione dei contenuti, determinata dai nuovi mezzi di comunicazione”*⁴. Come si può leggere sul sito ufficiale del Laboratorio di Cultura Digitale i campi di ricerca da loro privilegiati sono diversi:

- **produzione di eBook;**
- **arte digitale** (grafica e design);
- **e-learning** (metodologie contenuti e tecnologie per la formazione a distanza come piattaforme open source, social network didattici, ambienti didattici virtuali, audio-video podcasting);
- **produzione multimediale** (e multimodale), grafica, video, audio, videogiochi;
- **codifica di testi**, edizione digitale di testi, filologia digitale;
- **progettazione di siti web e di interface** “centrale sull’utente”, valutazione di usabilità e accessibilità di interface;
- **modellazione 3D**, ambienti virtuali;

2 Presentazione: <https://infouma.fileli.unipi.it/laurea-triennale/presentazione-2/ù>

3 Storia: <http://www.labcd.unipi.it/laboratorio/storia-2/>

4 Laboratorio: <http://www.labcd.unipi.it/laboratorio/>

- **GIS** storici-archeologici;
- **biblioteche digitali** e archivi aperti;
- **web communities**, piattaforme per il lavoro collaborativo;
- **web marketing** mediante reti sociali
- **analisi** e visualizzazione di **dati**
- **analisi di testi**, linguistica computazionale;
- **knowledge management** e strategie per il delivery di contenuti su canali diversi;
- **giornalismo online**;
- contenuti per **guide mobili** e realtà aumentata;
- video per la **comunicazione didattica scientifica**;

Il Laboratorio di Cultura Digitale è quindi concepito come una vera e propria “bottega” digitale, dove maestri e allievi collaborano su progetti, scambiandosi reciprocamente conoscenze e idee volte a trovare soluzioni innovative ed efficaci. Il laboratorio ha inoltre come missione quelle di:

1. **promuovere la cooperazione con gli altri Istituti e Centri di Ricerca** che operano a Pisa nel settore dell’informatica e delle scienze umane e sociali;
2. **promuovere ricerche di carattere informatico umanistico**;
3. **organizzare corsi di formazione e perfezionamento** all’uso della nuove tecnologie;
4. **organizzare incontri** (seminari, brevi corsi, convegni e workshop);
5. **promuovere la comunicazione scientifica** in tutti i campi con i nuovi media;
6. **promuovere la pubblicazione ad accesso aperto e le sue tecnologie**, in cooperazione col sistema bibliotecario di ateneo.

In un ambito così innovativo e denso di cooperazione, i progetti⁵ seguiti e sviluppati negli anni sono stati innumerevoli, tra questi ricordiamo alcuni tra i progetti più recenti:

- **“Fibonacci 1202-2021”** - progetto finanziato dalla Regione Toscana che ha come obiettivo la produzione di una edizione digitale dell’opera basata su strumenti di edizione avanzati (come EVT) e sperimentando tecniche di linguistica computazionale per estrarre il tesoro di informazioni linguistiche, matematiche, storiche che il Liber abaci contiene.
- **“I registri parrocchiali di Monterosso al Mare”** - progetto che mira a rendere disponibili tutti i dati dei registri parrocchiali del comune di Monterosso al Mare, costituiti da 44 registri dei battesimi, 36 registri dei matrimoni e 38 registri delle morti, che vanno da un periodo che va dalla fine del XVI sec. fino alla seconda metà del XX sec.

⁵ Progetti: <http://www.labcd.unipi.it/tutti-i-progetti/>

- **“Antiche Guide di Pisa”** - progetto che ha come obiettivo quello di rendere disponibile una piccola raccolta di antiche guide di Pisa, facenti parte del Fondo Bellini Pietri, conservato nella Biblioteca di Storia delle Arti dell’Università di Pisa.
- **“PHRemix” - Public History REMIX** si propone di investigare nuove metodologie per la fruizione, la valorizzazione e il riutilizzo da parte del pubblico di archivi audiovisivi attraverso l’analisi dei materiali di archivio, l’estrazione semiautomatica di informazione a partire da materiali audiovisivi e il remix dei contenuti attraverso una piattaforma che consenta agli utenti di creare nuovi materiali nel rispetto dei diritti vigenti.

Sempre all’interno di questa “bottega digitale” (DIGICRAFT) nasce anche il progetto “Quaderni di Cultura Digitale”, che ha come obiettivo la **pubblicazione** in formato elettronico di alcune **monografie istituzionali** (progetti di tesi, testi universitari, .ecc). Il progetto prevede lo **sviluppo di una linea grafica editoriale** per la pubblicazione in formato digitale dell’intera collana di libri che avranno obiettivi formativi e di perfezionamento all’utilizzo delle nuove tecnologie in diversi ambiti scientifici e umanistici. A tale proposito si procederà in seguito con un’analisi più approfondita del progetto, valutando meglio il pubblico di riferimento, gli aspetti da sviluppare per la progettazione grafica della collana e le varie strategie di promozione da valutare.

2. Il Progetto

I “Quaderni di Cultura Digitale”, sono dunque una nuova **collana di eBook**, realizzata a cura del Laboratorio di Cultura Digitale dell’Università di Pisa⁶ ed editata da Simonelli Editore⁷.

Questa collana è stata **creata per** l’esigenza e la volontà di **diffondere la cultura digitale** attraverso un legame sempre più stretto e complementare con le discipline umanistiche e con alcuni settori dell’informatica. In questo contesto si colloca il corso di laurea in Informatica Umanistica dell’Ateneo pisano, inteso proprio come un crocevia multidisciplinare.

La collana conterrà, nel tempo, brevi monografie che mettono in luce i vari meccanismi e gli strumenti impiegati dal personale docente e studentesco durante i loro lavori di ricerca e di collaborazione con il Laboratorio. Le monografie saranno centrate su tematiche a forte carattere interdisciplinare che si rivolgono, proprio per la loro composizione, sia ai vari corsi di studio universitari sia al personale esterno all’Ateneo, ma con interesse nella materia trattata.

In quest’ottica il target risulta essere vasto ed eterogeneo, in quanto abbraccia ambo i sessi e persone di diversa estrazione sociale partendo dagli studenti e personale scolastico in genere, fino a qualsiasi persona che decida autonomamente di approfondire certi temi per una propria curiosità o passione nell’argomento. In ogni progetto, la scelta del target rappresenta un aspetto fondamentale per la buona riuscita di una pubblicazione. In seguito a questa scelta, infatti, verrà modulato l’approccio che sarà seguito durante tutto il lavoro di realizzazione del progetto.

In base al pubblico di interesse verrà deciso, quindi, lo stile grafico che definirà la pubblicazione e il modo in cui essa verrà comunicata e promossa sui vari canali. È perciò indispensabile, una volta preso in carico il lavoro, raccogliere tutte le informazioni di cui il committente dispone, chiedendo una presentazione del progetto, e le specifiche richieste e gli obiettivi da raggiungere.

Qui di seguito si può trovare uno schema riepilogativo con i punti da me seguiti per la progettazione della collana “Quaderni di Cultura Digitale”:

- l’elaborazione del **concept**;
- la scelta dei **colori**
- la scelta dei **font**;
- la creazione della **copertina**;
- la composizione del **layout interno**;

⁶ Università di Pisa: <http://www.labcd.unipi.it>

⁷ Simonelli Editore: ebooksitalia.com

- la predisposizione e rielaborazione dei **vari elementi** contenuti all'interno del primo testo edito e pubblicato della collana (immagini, tabelle, grafici ecc.);
- l'inserimento dei **metadati**;
- la **pubblicazione** del prodotto finale;
- la **promozione** della collana e la scelta dei canali di riferimento.

L'intero processo di editing grafico è sviluppato in stretta collaborazione con il comitato scientifico e l'autore. Ogni bozza elaborata è stata sottoposta ad una loro costante supervisione durante tutte le fasi di produzione. In questo modo è stato possibile arrivare alla versione definitiva in maniera graduale e condivisa. Una volta che l'ebook è stato definito e strutturato dal punto di vista grafico e ne è stato fatto l'editing e il controllo dal punto di vista del contenuto testuale e iconografico è stato consegnato all'Editore. Insieme all'editore il lavoro è stato validato e preparato alla pubblicazione vera e propria avvenuta a metà dello scorso Ottobre sul sito della Simonelli editore e successivamente su tutti i principali eBook store.

La pubblicazione rappresenta tuttavia solo l'inizio di un processo che prevede la sua promozione una volta deciso di affidare l'opera ai lettori, bisogna avere già chiari i canali che verranno utilizzati per raggiungere il target di interesse. A tal proposito, considerando che la pubblicazione riguarda una collana di libri a cura del Laboratorio di Cultura Digitale dell'Università di Pisa, sono valutate diverse strategie di promozione, come:

- l'uso degli ambienti universitari e della **mailing list** di cui essa dispone. In questo contesto la presentazione e la promozione della collana potrà essere fatta sia in formato cartaceo (volantini, poster ecc.) che digitale (mailing list, siti istituzionali ecc);
- la scheda editoriale e la promozione prevista sulla **piattaforma** messa a disposizione dall'**editore**;
- i vari **canali di comunicazione della Simonelli editore** a partire dai canali video in cui l'editore è presente e che ha già ospitato sul canale (<https://vimeo.com/channels/salottodelleidee/videos>) "Il Salotto delle Idee" una prima presentazione della collana fatta dalla professoressa Enrica Salvatori e che ha in previsione ulteriori video-interviste con autori e curatori della collana;
- l'uso dei canali di distribuzione come **Amazon** o **IBS**;
- Una una pagina dedicata alla collana all'interno del sito del Labcd;
- un futuro **website** completamente dedicato alla collana, dove il progetto potrà essere presentato maniera più approfondita al lettore (grazie al sito sarà possibile accedere anche ad una serie di dati statistici relativi al traffico del pubblico sulla pagina, sia esso in organico o di advertising

- Una **Newsletter** collegata al sito per informazioni sulle nuove uscite e call to action per acquisire nuovi contributi alla collana;
- eventuali **Campagne Advertising**;
- l'uso ben calibrato dei canali social con pagine dedicate (Facebook, Instagram, LinkedIn ecc.);
- il coinvolgimento di di **blogger** interessati alle digital humanities e all'editoria digitale che possano recensire la collana;

Qualunque siano i canali e le piattaforme che verranno utilizzate per promuovere l'opera, sarà fondamentale monitorare i dati ottenuti dalla condivisione dei contenuti utilizzati per promuovere la collana. Social network, blog, siti web, newsletter sembrano strumenti alla portata di tutti, ma una strategia di marketing efficace è qualcosa di più complesso che richiede tempo e conoscenze, non solo dei vari canali ma anche delle strategie messe in atto.

3. La Collana

Una collana editoriale è un progetto che raccoglie testi di autori diversi uniti da alcune caratteristiche comuni. Ciascuna collana viene identificata dal nome e dalla veste grafica, che è un elemento molto importante della collana stessa, infatti normalmente un editore sceglie una veste diversa per ogni collana pur mantenendo una indispensabile coerenza con l'immagine del *brand*.

Per sviluppare una linea grafica nuova che sia funzionale sul mercato bisogna procedere per step iniziando il lavoro da una ampia analisi di mercato, proseguendo poi con la creazione della copertina e concludendo con lo sviluppo del layout interno alla collana.

3.1 L'Analisi di Mercato/Stato dell'Arte

L'editoria si è evoluta e modificata nel corso dell'ultimo secolo ed è stato un processo che ha portato molti cambiamenti, ma mai come nell'ultimo decennio il cambiamento è stato così forte.

Se pensiamo ad un libro, il primo pensiero che abbiamo è quello di sfogliarlo, toccarlo e in alcuni casi odorarlo perché un libro è un oggetto fisico, qualcosa che da sempre ci accompagna e che noi vediamo e tocchiamo. Ora però, più che mai, il libro non è più solo quello, perché come diceva Marshall McLuhan già negli anni '70 *"Il libro del futuro [...] coincide con la sua trasformazione in servizio. Useremo il telefono, o altri strumenti, per comunicare il nostro interesse per un determinato argomento, [...] e quindi [...] riceveremo un pacchetto che contiene gli ultimi studi [...] da tutte le riviste accademiche del mondo, e personalizzate sulla base delle nostre esigenze e competenze. Xerox rende obsoleta l'idea dei libri di massa, identici per tutti, nonché la pratica di uscire di casa per comprarne uno."*⁸

Le nuove tecnologie stanno dunque modificando i nostri modi di vivere e con essi anche lo status del libro. A questo riguardo, sempre, Marshall McLuhan anticipa le trasformazioni del libro nella moderna era dominata dall'elettronica e dal digitale: *"Invece di andare in un negozio per acquistare un libro di cui sono state stampate, che so, cinquemila copie, prenderemo in mano la cornetta del telefono (internet era di là da venire n.d.c.) e comunicheremo a un terminale remoto le nostre competenze linguistiche [...], interessi [...] e bisogni specifici. Dopo aver ricevuto queste informazioni, il bibliotecario del futuro recupererà, grazie all'aiuto prezioso dei computer, informazioni utili alla nostra ricerca, le fotocopierà (anche l'ebook era allora solo un file da "stampare" per la lettura n.d.c.) e ce le invierà a casa"*⁹.

8 Marshall McLuhan, "Education in the Electronic Age" 1970 University of Toronto, Canada;

9 McLuhan, 1966 - alcune dichiarazioni rilasciate da M. McLuhan al network canadese CBC: <https://www.mattscape.com/sag->

Oggi, nonostante la scelta dei libri digitali si stia diffondendo sempre di più, il libro cartaceo non ha di certo perso il suo valore in quanto fonte di informazione e arricchimento culturale semplicemente il libro come tale ha moltiplicato le sue “manifestazioni”. Tuttavia il formato eBook potrebbe essere visto non solo come la semplice trasposizione in formato digitale di libro, ma come un nuovo medium che rivisita ed estende alcuni aspetti del libro cartaceo, perché la lettura di un libro su carta e la lettura dello stesso libro su uno schermo costituiscono due esperienze differenti ma non divergenti. Non c'è alternativa ma convergenza tra vecchi e nuovi media, l'uso di quest'ultimi non preclude l'uso dei primi, ed è proprio questo il senso della **cultura convergente**¹⁰, modello culturale elaborato e proposto da Henry Jenkins in “Convergence Culture” (2006; trad. it 2007).

Tenendo, quindi, in considerazione il modello culturale di Jenkins si può affermare che gli eBook non rappresentano il tentativo di operare una sostituzione dei libri cartacei, e quindi un taglio con il passato, ma al contrario uno strumento che integra l'offerta culturale, la moltiplica e la arricchisce. Sorge allora spontanea una domanda, quali sono quindi gli aspetti distintivi fra i due formati?

Uno degli aspetti che crea maggior contrasto fra i due formati, quello cartaceo e quello digitale, è l'immediatezza con cui si può entrare in possesso del libro desiderato. Anche se entrambi acquistabili online, i testi cartacei richiedono maggiori tempi di attesa per entrarne in possesso, a differenza dei testi digitali che possono essere scaricati istantaneamente. Un altro aspetto distintivo a vantaggio degli eBook, sta nel prezzo, che risulta sempre inferiore rispetto all'analogo cartaceo, anche quando si tratta dei bestseller. Anche per quanto riguarda l'aggiornamento dei contenuti, la differenza tra il libro cartaceo e gli eBook è notevole: un libro cartaceo è “statico” e immutabile. Una volta pubblicato il suo contenuto viene “bloccato” non essendoci più la possibilità di aggiornarlo o modificarlo se non con successive edizioni. Un eBook ha invece un contenuto “dinamico” che può essere modificato o aggiornato, in accordo con l'editore, in qualsiasi momento.

Un aspetto negativo invece, per quanto riguarda gli eBook è legato alla loro impossibilità di essere prestati e/o condivisi con amici e conoscenti, essendo una pratica illegale considerata pirateria. Al contrario nei formati cartacei la condivisione dei libri può avvenire liberamente consentendo una più facile diffusione dei testi.

Un altro aspetto svantaggioso presente negli eBook sta nel fatto che questi possono essere pubblicati in differenti formati, spesso poco compatibili tra loro che si possono raggruppare in due grandi gruppi: il formato **Mobi** ed il formato **ePub**. Il formato Mobi può essere letto solo dall'ecosistema Amazon e quindi dal eReader o dall'applicazione Kindle.

[gio-il-futuro-del-libro-il-kindle-di-marshall-mcluhan-.html](#)

10 Cultura Convergente: https://www.treccani.it/enciclopedia/cultura-convergente_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/

Il formato ePub, invece, diventato standard dal 2007 riguardo la pubblicazione di libri in formato elettronico, può essere letto su numerosi dispositivi nonché applicazioni di terze parti che consentono la lettura in formato ePub, ad eccezione del suddetto formato Kindle. In questo senso il mercato si divide in due e a meno che non si parli di smartphone o tablet, dove è possibile usufruire delle applicazioni eReader messe a disposizione per i vari formati, il lettore dovrà scegliere quale dispositivo eReader acquistare.

Un altro aspetto distintivo da evidenziare riguarda l'impaginazione; nel **formato destinato alla stampa**, l'impaginazione si differenzia a seconda del contenuto, del genere, della modalità di fruizione e della tipologia di lettore al quale esso si rivolge. Nonostante ogni impaginazione finalizzata alla stampa rappresenti un insieme di scelte che determinano la creazione di un prodotto totalmente unico, si possono distinguere tre differenti tecniche di impaginazione: il **layout classico**, utilizzato prevalentemente per libri di testo con eventuali illustrazioni, come romanzi o saggi; il **layout modulare**, adatto a stampe multi pagina che contengono un numero elevato di elementi grafici, come quotidiani, riviste, manuali, cataloghi, brochure, ecc; il **layout libero** o creativo, non segue canoni fissi, si basa su scelte estetiche, oltre che funzionali. L'obiettivo è quello di creare una composizione di forte impatto visivo, al fine di evidenziare determinati elementi. Viene utilizzata per locandine, manifesti, carta da lettere, buste, inviti, cartoline, ecc.; Un'impaginazione si basa inoltre su scelte sia tecniche che estetiche, non vi sono rigide regole universali ma ogni impaginazione sarà in fondo frutto di un insieme di scelte assolutamente uniche.

Anche per quanto riguarda gli **eBook** bisogna distinguere tra **due tipologie di layout**: il formato ePub a layout fluido e quello a layout fisso. Il primo è più adatto a contenuti prettamente testuali, il secondo è pensato per testi da contenuto grafico e multimediale. Il **layout fluido** è un tipo di ePub che si adatta alle dimensioni del dispositivo di lettura (reflowable), ma anche alle impostazioni dell'utente che può decidere la grandezza e la tipologia di font e altri parametri di formattazione a seconda dell'eBook reader utilizzato. Il lettore può anche inserire segnalibri, note ed evidenziare il testo. Essendo, quello fluido, un formato dinamico e modificabile, sarà privo di numero di pagina. Il **layout fisso**, invece, è un formato ePub che non permette all'utente di personalizzare la sua esperienza di lettura. Infatti, come nei libri cartacei, il grafico editoriale ha il pieno controllo dell'impaginazione e può offrire al lettore testi dal contenuto grafico complesso ed esteticamente curato senza temere che in fase di lettura l'impaginazione e la formattazione subiscano variazioni. A favore del formato a layout fisso, anche se non personalizzabile, gioca la possibilità di inserire elementi interattivi e multimediali (bottoni animati, video, audio, link, ecc.).

Una corretta impaginazione, sia che si parli di una pubblicazione cartacea o che si parli di una pubblicazione eBook, è fondamentale affinché il messaggio venga comunicato nel

modo giusto e venga interpretato correttamente dal lettore. Più un impaginato sarà poco ben strutturato, più la lettura sarà lenta e complessa. Questo danneggerebbe il prodotto in partenza, ancora di più nella nostra società digitalizzata dove “velocità” è diventata la parola d’ordine.

In una società mediatizzata, dove domina l’immagine, l’unica strategia che permette ad un prodotto di imporsi sul mercato è la comunicazione e la visibilità. Per riuscire a vendere un prodotto bisogna prima farlo conoscere ai suoi potenziali “clienti/consumatori” per stimolare il desiderio; allo stesso modo il libro, per assolvere alla sua funzione, deve raggiungere il suo pubblico. Anche la grafica editoriale, intensa come forma di comunicazione visiva, svolge qui più di un compito. Ogni pubblicazione a partire dalla sua copertina, dai font utilizzati, dai corpi dei caratteri di testi e titoli, dai margini della pagina dall’uso di immagini e grafici comunica il suo essere rivolta a un determinato pubblico, la serietà del suo contenuto, il genere di testo che contiene. Per questo motivo diventa fondamentale **studiare il mercato** per poter definire lo stile **grafico della pubblicazione**.

Sviluppare una linea grafica editoriale significa progettare un’esperienza editoriale e offrire ai lettori un prodotto di alta qualità. Fin da quando c’è memoria si è sempre dato particolare importanza ai layout di impaginazione e alla ricchezza dei font utilizzati; questo perché nell’antichità, essendo la cultura qualcosa di dispendioso e riservato ai più facoltosi, si metteva molta cura e dedizione nella realizzazione dei libri, essendo essi dei manufatti molto preziosi e unici, non solo per i contenuti ma anche per la loro grafica. Con il tempo, diventando i libri beni sempre più accessibili a tutti, la grafica ha cambiato il suo scopo unendo alla ricerca dell’aspetto estetico la necessità di essere funzionale, per rendere la lettura e la comprensione sempre più facile. L’arrivo del digitale ha cambiato radicalmente l’approccio alla grafica editoriale che, almeno fino a quando il format consentiva un layout solo fluido (ePub2) ha avuto come obiettivo solo quello di cercare di sviluppare un layout chiaro e leggibile. Dal 2011 il format ePub3 ha finalmente reso possibile impaginare gli ebook a pagina fissa introducendo quindi la bellezza grafica tipica del cartaceo anche nel digitale, rendendo così più accattivante l’esperienza di lettura e conferendo alla pubblicazione una forte identità sul mercato digitale. L’ePub3, grazie a HTML5 e CSS3, aggiunge altre funzionalità come la possibilità di introdurre contenuti multimediali (suoni, video, animazioni, interattività, elementi pop-up) ed è pensato per “progettare” nuove esperienze di lettura e fruizione del testo. È quindi perfetto per pubblicazioni scientifiche che contengono formule matematiche e grafici interattivi, per la didattica/scolastica, per i fumetti (grazie a una diversa gestione delle immagini SVG) e per tutte quelle pubblicazioni che vanno oltre una normale esperienza di lettura. Ad oggi gli **ePub3** e gli **ePub2** coesistono, tocca a noi scegliere in base al progetto da sviluppare quale sia il layout più adatto. E quindi possibile

affermare a questo proposito, considerando che ogni nuova pubblicazione ha particolari esigenze comunicative, che per riuscire a sviluppare una linea grafica che rispecchi le esigenze del progetto è fondamentale un'accurata analisi di mercato.

L'analisi di mercato è una ricerca analitica specifica che consiste nello studio approfondito di tutto quello che riguarda il contesto di riferimento. Per ottimizzare i risultati delle analisi di mercato bisogna definire l'**obiettivo dell'indagine**; così facendo potremmo **analizzare successivamente il mercato d'interesse**, **selezionare gli aspetti più attinenti e interpretare i risultati** ottenuti grazie alla ricerca. Per proseguire nell'indagine di mercato bisogna intanto definire l'obiettivo che in questo caso è la progettazione grafica ed editoriale in formato digitale della collana di testi universitari "Quaderni di Cultura Digitale". Una volta definito l'obiettivo è possibile confrontarlo con quanto di più o meno analogo esiste già sul mercato (la "concorrenza" sia per prenderne spunto sia per individuare le aree dove potrebbe essere possibile trovare soluzioni originali, innovative o semplicemente nuove. In questa prima fase dell'indagine risulta indispensabile capire e rispondere ad una domanda essenziale: quali sono le caratteristiche di una **collana** di brevi saggi monografici?



Esempio 1. Collana "Passaggi di dogana"

Una **collana**, o collezione editoriale, è una serie di testi pubblicati da una casa editrice, con determinate caratteristiche comuni.

La collana viene principalmente caratterizzata **da uno stile grafico comune** che gli dona così un'identità unica ed esclusiva; ha quindi una copertina con un **layout condiviso** da ogni monografia, che fa sì che essa mantenga una linea grafica coesa, per quanto riguarda il font e la predisposizione dei vari blocchi di testo e titoli, ma che si distingue spesso per quanto riguarda la scelta dei colori e/o di altri elementi distintivi, specifici per ogni tematica trattata. Anche il layout interno seguirà lo stesso principio di condivisione riguardo la predisposizione del testo o la scelta dei font mentre potrà essere differente

nella scelta dei colori.

Per poter procedere con il lavoro è necessario spiegare come vengono strutturate le copertine di una collana, analizzando progetti simili all'oggetto della tesi. A questo proposito è stata eseguita una ricerca, selezionando e analizzando così due pubblicazioni di collane e le loro copertine:

1. Collana Passaggi di Dogana edita da Giulio Perrone editore. Si tratta di una raccolta di guide turistico-letterarie concepite come narrativa di viaggio, che seguendo le tracce di scrittori, ma non solo, hanno il potere di condurci alla scoperta di luoghi, regioni, città ricchi di suggestioni. Una collana dalla grafica equilibrata, semplice e pulita, caratterizzata da un'illustrazione identificativa stampata su carta colorata come fosse un'etichetta attaccata a mano.



Esempio 2. - Collana "DIDAPress"

2. Collana Ricerche della DIDAPress è una collana di libri, contenente ricerche accademiche nell'ambito dell'architettura, della storia dell'architettura, del restauro, del design, del paesaggio e dell'urbanistica. Ha l'obiettivo di far conoscere le linee di ricerca dei docenti del Dipartimento di Architettura di Firenze DIDA e di contribuire al dibattito teorico-critico e applicativo in ambito nazionale e internazionale. È una collana dalla linea grafica semplice, caratterizzata da un'illustrazione identificativa stampata su carta colorata diversamente per ogni diverso soggetto.

Come si può notare, tutti e due gli esempi presentano una linea grafica dalle caratteristiche molto simili. La struttura delle copertine, semplice e ben definita, dona un'identità propria a ognuna delle due collane, rendendo esse riconoscibili al pubblico. La copertina di un libro, sia esso cartaceo che digitale, è la prima cosa che il lettore vede. La copertina è una parte fondamentale e quindi deve essere considerata come uno dei primi strumenti di promozione editoriale e proprio per questo bisogna che sia sviluppata nel migliore dei modi

possibili. La prima caratteristica che la copertina deve avere per essere considerata una copertina efficace è **la sua “funzionalità” a video** e quindi in dimensioni piccole, perché deve attirare l’attenzione del lettore in pochi secondi pur potendo contare su dimensioni ridottissime (in media cm 15x21) sulle pagine degli **ebook store** e dei cataloghi on line.

Dall’analisi eseguita in fase di progettazione sono emersi 4 elementi molto importanti per avere una **copertina efficace**. Il primo elemento è la semplicità seguito poi dalla **leggibilità** (il titolo deve essere leggibile anche in anteprima in miniatura), l’**emozione** e la **coerenza** (la copertina deve rispettare lo stile del genere letterario a cui il libro appartiene, attraverso la scelta di immagini, colori e font adeguati).

3.1.1 Insight

I **Quaderni di cultura digitale** del LabCD sono stati concepiti per promuovere l’impegno verso la conservazione e trasmissione del patrimonio culturale attraverso i nuovi mezzi di comunicazione e studiare l’evoluzione dei contenuti elaborando modelli e linguaggi capaci di interpretare un mondo in continuo cambiamento. Siamo in un ambito in cui l’ambito umanistico e quello informatico si compenetrano in un unico campo di studio conosciuto come Informatica Umanistica.

L’informatica umanistica, o digital humanities, è un campo di studi che nasce dall’integrazione di procedure computazionali e sistemi multimediali nelle discipline umanistiche, relativamente in particolare alla rappresentazione dei dati, alla formalizzazione delle fasi di ricerca e alle tecniche di diffusione dei risultati.

Dalla consapevolezza di quello che sta alla base del progetto, della sua vision e della sua mission ho elaborato l’idea di considerare la collana che mi accingevo a studiare graficamente alla stregua di un **cluster**. Spesso nelle discipline tecnico scientifiche ci si sofferma sul concetto Cluster (ammasso stellare, spec. globulare), termine di lingua inglese inteso generalmente come un gruppo omogeneo, raggruppato in base a determinati parametri. Da questo punto di partenza e attraverso il processo di brainstorming è stato possibile creare un concetto grafico ben strutturato che unificasse l’intera collana di libri sotto un’unica veste grafico-editoriale, conferendogli così un forte carattere identitario.

3.1.2 Brainstorming

Questa fase del lavoro è molto importante per l’intero processo, in quanto da questo originano tutti i passi che verranno compiuti successivamente nella realizzazione del progetto. Il brainstorming è quindi il pilastro sul quale verrà costruito l’intero progetto. Questa

tecnica è un processo creativo che mira a tirare fuori le idee e creare una mappa mentale orientata a costruire un piano d'azione da seguire durante l'intero processo di progettazione.

Per costruire la mappa mentale di un progetto bisogna per prima cosa collocare al centro il campo di studio d'interesse della collana di libri; da questo punto partiranno numerose diramazioni che caratterizzeranno temi e aspetti specifici affrontati dal progetto.

Al centro del processo di "brainstorming" della nostra collana di libri è stato disposto come punto focus il concetto di **Digital Humanities**: lo studio delle discipline umanistiche attraverso gli strumenti informatici. I "cervelli" che si sono confrontati con me nella ricerca di un concept che desse le linee guida per un efficace progetto grafico sono stati le mie relatrici che hanno costantemente supervisionato il lavoro svolto passo passo.

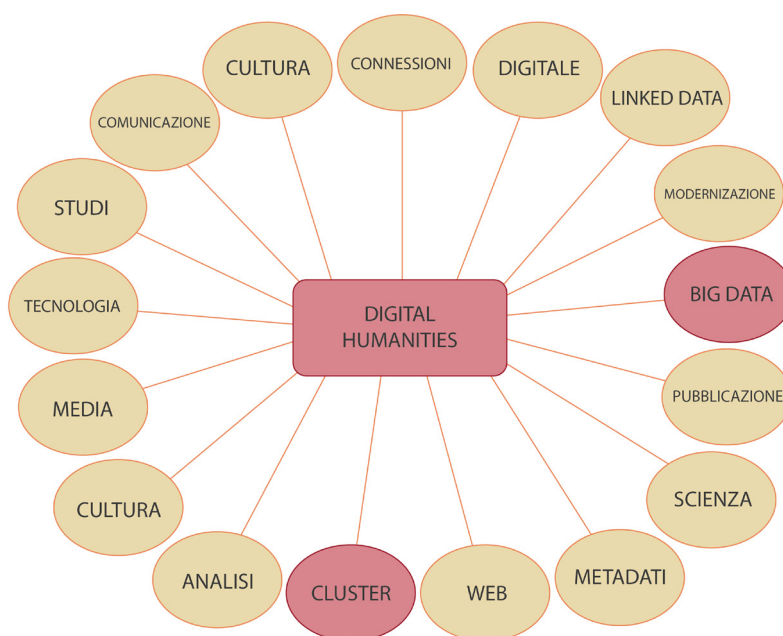


Fig.1 - Mind Map

Particolare attenzione è stata posta sui concetti di **cluster** e di **big data**. In economia, si parla di cluster industriale. In biologia, si parla di cluster genico. In chimica, i cluster sono caratterizzati dalla presenza di un legame metallo-metallo. In fisica, il termine cluster denota piccole particelle formate da più atomi. In informatica un cluster è un insieme di computer connessi tramite una rete telematica; oppure un cluster è un raggruppamento logico di settori contigui in un disco rigido. In astronomia, il cluster viene visto come ammassi stellari. In linguistica, i cluster rappresentano gruppi di varietà dialettali altamente intelligibili, classificabili al livello di lingue.

Come già riportato sopra, in informatica, un cluster è un insieme di computer connessi

tramite una rete telematica. All'inizio di questo secolo, con la diffusione di database relazionali, accesso pubblico al Web, Wi-Fi e altre tecnologie, lo studio e la gestione di enormi set di dati sono diventati una sfida reale e presente, che necessitava di un nome. Nel luglio del 2013, il termine "big data" è stato ufficialmente inserito nell'Oxford English Dictionary, anche se era già in uso dai tempi della seconda guerra mondiale, quando veniva impiegato per riferirsi all'utilizzo di grandi quantitativi di informazioni.

Si definiscono big data i set di dati troppo grandi e complessi per essere gestiti dalle tradizionali applicazioni di gestione ed elaborazione dei dati. Infatti un solo calcolatore non è in grado di elaborarli tutti e per questo servono un insieme di diversi calcolatori per elaborarli. Questo gruppo di calcolatori molto vasto (centinaia/migliaia) si chiama cluster.

Grazie all'intreccio di questi due concetti, cluster e big data, **nasce il concept** di questo progetto e di quegli elementi fondamentali che saranno le fondamenta dell'intera elaborazione grafica.

3.1.3 Il Concept

La definizione delle linee guida visive del progetto, sono una delle fasi più importanti della progettazione. Il **concept** è una proposta progettuale necessaria a definire gli elementi fondamentali di un progetto e fornisce le basi per la realizzazione dello stesso. Per sviluppare lo stile grafico del progetto è stato importante concentrarsi principalmente sulle modalità con cui i due concetti emersi di **Cluster** e **Big Data**, vengono rappresentati cercando così di trovare da qui ispirazione per costruire un messaggio visivo che portasse il lettore ancor prima di leggere il titolo a considerare che il contenuto dietro la copertina appartenesse alla sfera della più attuale scienza dell'informazione (Big Data) e avesse anche l'ambizione di collegare tra loro ambiti distinti (Cluster).



Fig.2 - Mood-Board

I due concetti sopra nominati sono inoltre ben collegabili al principio di collana e libro, dove la prima (cluster) può essere concepita come un'unione di elementi (i singoli ebook) raggruppati in base a dei parametri comuni.

Ogni libro sarà quindi rappresentato da un colore diverso ed insieme formeranno la collana (cluster) di questo progetto.

3.1.4 Palette Colori

Per un progetto la scelta dei colori è un aspetto molto importante e consente di poter dare la giusta rilevanza ai vari libri che all'interno della collana apparterranno a un analogo settore di ricerca e/o divulgazione e comunicare al meglio il messaggio che portano .

Scegliere una palette di colori è un processo che richiede un'analisi e uno studio approfondito in fase di progettazione. Per creare una palette di colori efficace, si devono seguire alcuni accorgimenti. Prima di tutto si deve partire dalla teoria dei colori, che afferma che ogni colore è formato da tre attributi: **tonalità** (è il nome del colore), **luminosità** (specifica quanto un colore è chiaro o scuro; l'aggiunta di bianco crea le tinte, l'aggiunta di nero crea le sfumature) e **saturazione** (indica la purezza del colore). I colori inoltre si suddividono in tre categorie:

1. **Colori primari** - blu, rosso e giallo;
2. **Colori secondari** - arancione, verde e viola (si ottengono mescolando i colori primari);
3. **Colori terziari** - si ottengono mescolando i primari con i secondari;

Quando bisogna scegliere i colori della palette per un qualsiasi progetto non conviene affidarsi solo al gusto personale: gli studi effettuati sul colore hanno dimostrato che, a seconda della tonalità, esso produce precisi influssi sulla psiche umana, attingendo a diverse emozioni. I colori incidono sulla percezione delle informazioni e comunicano un messaggio e un'atmosfera, per esempio un rosso vivo crea una sensazione diversa rispetto a un rosso desaturato. L'arte del colore è proprio questo: scegliere e utilizzare il colore in base alla sua relazione con gli elementi di un design grafico. Le associazioni cromatiche sono basate su accordi culturali e i loro significati variano nel mondo:

1. **BLU**: È uno dei colori più utilizzati per ogni logo, marchio, prodotto, sito web. Ha un effetto calmante e trasmette **tranquillità, fiducia, intelligenza, affidabilità**. Tra le aziende che lo hanno scelto è possibile nominare: "Dell", "HP", "American Express", "Facebook" e altre ancora.
2. **ROSSO**: È un colore che accresce l'**entusiasmo**, stimola l'**energia** e trasmette un senso di **vitalità**. Tra le aziende che lo hanno scelto possiamo notare: "Kellogg's",

“CNN”, “Lego”, “Avis”.

- 3. GIALLO:** Stimola i processi mentali, il sistema nervoso, attiva la memoria, favorisce la comunicazione e trasmette **allegria, saggezza e ottimismo**. Tra le aziende che lo hanno scelto possiamo menzionare: “Nikon”, “National Geographic”, “Dhl”, “Hertz”.
- 4. ARANCIONE:** È in assoluto il colore della **creatività**, del **coraggio**, del successo e dell'**energia mentale**. È stato usato per loghi e marchi di bevande energetiche, società hi-tech o di consulenza, palestre, centri ricreativi.
- 5. VERDE:** Un colore che trasmette novità, **armonia**, voglia di crescita e **intraprendenza**. Ha un effetto calmante e **rilassa la mente**. Tra le aziende che lo hanno scelto si possono menzionare: “Starbucks”, “Carlsberg”, “Bottega Verde”, “Intesa Sanpaolo”.
- 6. VIOLA:** Il viola trasmette immediatamente sensazioni molto spirituali e interiori. È un colore di **eleganza, lusso e ricchezza** e viene spesso utilizzato da aziende di moda, dell'industria dei profumi e dell'igiene personale. Tra le aziende che lo hanno scelto: “Milka”, “Hallmark”, “FedEx”, “Aussie”.

Prima di partire quindi con le scelte cromatiche bisogna considerare cosa si desidera trasmettere visivamente, il target di riferimento ma anche tenere conto dell'analisi di mercato effettuata su altri progetti editoriali idonei al progetto di interesse di questa tesi. Tenendo conto per appunto di tutti questi aspetti è stato possibile delineare una borderline graphic line in base alla quale strutturare la Palette Colori del progetto “Quaderni di Cultura Digitale”. Inizialmente la palette colori sarà formata dalle seguenti tonalità: **Blu, Rosso, Giallo** (colori primari) e **Arancione, Verde, Viola** (colori secondari), per proseguire poi, se necessario per le pubblicazioni di altre monografie, con i colori terziari. È stata poi selezionata come jolly, per quanto riguarda i box testo, la scala dei grigi.



Fig.3 - Palette Colori

Ognuno dei colori scelti sarà assegnato a una monografia diversa. Per ognuno di questi colori verrà sviluppato un **abbinamento colori monocromatico**: cioè un abbinamento che considera lo stesso colore con un dosaggio diverso di saturazione e luce, così da

creare una scelta di abbinamenti tra diverse sfumature dello stesso colore (sfumature che potranno essere abbinare e usate anche nella creazione di immagini, tabelle e grafici contenuti nelle varie monografie).

3.2 La Copertina

Uno volta analizzato il progetto, realizzata l'analisi di mercato, creata la mind-map, elaborato il concept e scelta la Palette di Colori lo step successivo è stato la creazione della copertina. Mentre i colori scelti per la copertina sono importanti per attirare l'attenzione ed evocare emozioni, altrettanto importante sarà anche la scelta del carattere tipografico. Le copertine dei libri di solito hanno bisogno della tipografia per le seguenti aree: **titolo del libro** e **nome dell'autore** (a volte anche per il nome dell'editore se non inserito nel logo).

3.2.1 Carattere Tipografico (Font)

Anche se forse non ci si accorge della loro importanza e del numero di volte in cui vi si fa affidamento, il font e gli stili dei caratteri tipografici sono un elemento fondamentale nella grafica editoriale e anche nella riuscita di un libro in termini di piacevolezza di lettura e efficacia del messaggio contenuto nel testo. Per prima cosa è opportuno chiarire la differenza tra **carattere tipografico** e **font**.

Il carattere tipografico è ciò che in generale risulta visibile, mentre il font è ciò che viene utilizzato. Bisogna pensare al carattere tipografico come al cognome di una famiglia che presenta caratteristiche costanti ed evidenti (es. Futura), mentre riguardo al font di volta in volta utilizzato è necessario essere più specifici indicando la dimensione ed il peso specifico (es. Futura Light, 12 pt). I caratteri, come tutte le forme di espressione creativa, sono coperti da copyright a meno che il proprietario del copyright non li rilasci esplicitamente di dominio pubblico. La distribuzione di un font o di opere derivate del font costituirebbe una violazione del copyright, a meno che non si disponga di una licenza per farlo.

Il carattere tipografico è un elemento estremamente importante per la progettazione grafica. Per quanto riguarda la copertina, il font scelto dovrà essere in linea con tutte le altre scelte stilistiche fatte fino a quel momento. Deve rispecchiare così il carattere **minimal** e **moderno** del nostro concept, mantenendo la linearità e la morbidezza presente nelle forme dei nostri cluster, fino ad ora analizzati. Per scegliere il carattere tipografico più adatto bisogna seguire alcuni parametri come:

1. **Leggibilità**: Il carattere tipografico scelto deve essere equilibrato, tra estetica e praticità.

2. **Coerenza con il moodboard:** Il carattere tipografico deve essere adatto al lavoro in corso, quindi deve essere adatto allo stile del messaggio.
3. **Storia e Associazioni:** Ogni carattere tipografico ha una storia e un passato. Anche i caratteri nuovi hanno preso ispirazione da altri e sono stati creati per uno scopo ben preciso.

A seguire sono stati selezionati alcuni font sans serif che rispecchiano al meglio le caratteristiche precedentemente elencate (alcuni tra questi font sono più conosciuti mentre altri meno).

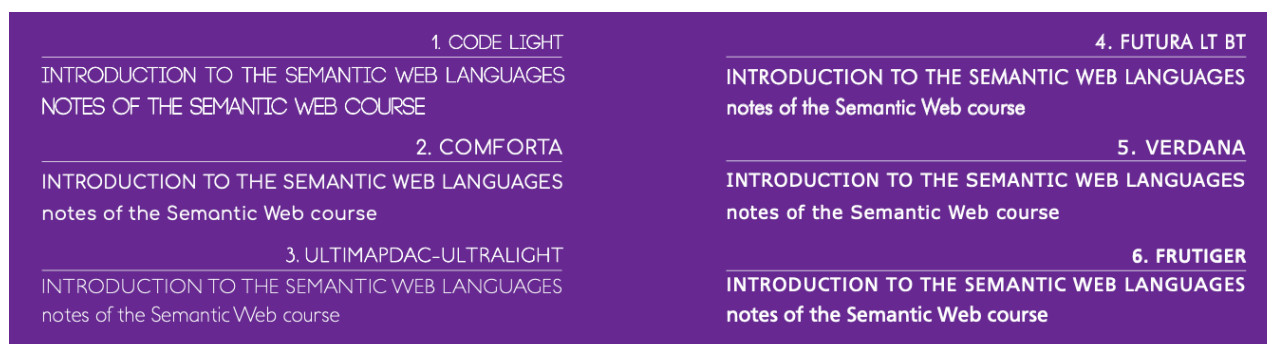


Fig.4 - Prove Caratteri Tipografici

Si procede con l'analisi dei font selezionati così da poter scegliere il font più adatto al progetto in via di sviluppo:

1. **Code Light:** Un font dalla licenza gratuita non molto conosciuto, emerso grazie a una ricerca eseguita in rete. Code Light è un font senza grazie, dall'aspetto moderno ed elegante che può rispecchiare bene lo stile del progetto. La sua estetica molto fine e lineare rende tuttavia il font poco leggibile in dimensioni piccole.
2. **Comfortaa:** Un font senza grazie, dalla licenza completamente gratuita, sia per uso personale che commerciale. Comfortaa è un font semplice, dal design geometrico arrotondato destinato all'uso in grandi dimensioni, quindi poco leggibile in dimensioni piccole.
3. **UltimaPDAC-Ultralight:** Un font senza grazie, non molto conosciuto e quindi senza uno storico da analizzare. Ultima, grazie alla sua pesantezza ultra light ha un aspetto molto moderno e minimal. Questo font, come i primi due, non ha una buona resa in piccole dimensioni.
4. **Futura Lt Bt:** Un font senza grazie decisamente molto conosciuto a livello interna-

zionale. Creato e pubblicato nel 1927 da Paul Renner (in Germania), Futura è caratterizzato da una rigorosa geometria, le lettere derivano da forme semplici come il cerchio, il quadrato e il triangolo. Questo rende il design del font essenziale, elegante e moderno. Gli anni '50 corrispondono al periodo d'oro del Futura, poiché tantissime agenzie pubblicitarie iniziarono a utilizzarlo per campagne e headline. Futura è anche il carattere che ha marchiato a fondo la propaganda anti-nazista e nazista durante la seconda Guerra Mondiale. Senza alcuna ombra di dubbio la conquista più importante del Futura è stata quella di arrivare sulla Luna, essendo scelto come font utilizzato per l'incisione della placca in alluminio lasciata sulla Luna nel 1969, durante la Missione Apollo 11. Il suo successo è dovuto a tanti fattori, sicuramente è stato creato nel momento più opportuno, in cui la spinta verso il modernismo si stava facendo più marcata nella società occidentale. La sete di progresso, l'industrializzazione e la cultura di massa rappresentavano i pilastri di un contesto socio-culturale in cui il font Futura si incastrava alla perfezione. Ancora oggi Futura è molto apprezzato da brand e aziende famose in tutto il mondo. La sua pesantezza corposa rende il font leggibile anche in piccole dimensioni.

5. **Verdana:** Creato a metà degli anni 90 dal inglese Matthew Carter, Verdana è da sempre uno dei principali font utilizzati nei vari computer di produzione Microsoft ed Apple. Senza grazie, le forme di Verdana sono specificamente disegnate per la visualizzazione a video, in un'era peraltro dove i caratteri utilizzati per il web design erano pochissimi. Presenta una caratteristica identificativa per quanto riguarda la lettera "l" maiuscola, la quale è stata disegnata da Carter con le grazie ("l") pur di evitare confusioni. Matthew Carter si è impegnato nel diversificare il suo carattere nelle proporzioni e nella larghezza. Verdana ha quindi lettere grandi e molto spazio tra i caratteri e anche se ideale per essere letto a piccole dimensioni su schermo, questo font manca di eleganza e nella lettura non presenta un bel ritmo visivo.
6. **Frutiger:** Fu creato nel 1975 dal designer svizzero Adrian Frutiger. Il font fu ideato per essere utilizzato nella segnaletica dell'aeroporto internazionale Charles de Gaulle di Roissy (Parigi) e aveva come principale obiettivo quello di rispondere alle seguenti caratteristiche: leggibilità e chiarezza. Frutiger fu inizialmente chiamato **Roissy**, e venne disegnato tenendo conto di alcuni aspetti come la semplicità, la nitidezza e la riconoscibilità. Frutiger è quindi un carattere senza grazie dal design semplice, moderno e di facile lettura a distanza o con dimensioni di testo ridotte.

In un primo momento il font di copertina scelto è stato il numero 3 (UltimaPDAC - Ultra-Light), essendo quello che grazie alla sua linearità, semplicità ed eleganza poteva rispecchiare al meglio il concept emerso in fase di brainstorming.



Prima Proposta di Copertina - font "UltimaPDAC - UltraLight"

Tuttavia per tutta una serie di problematiche riguardanti la leggibilità della copertina nel formato in cui viene presentata nei cataloghi on line questa scelta è stata rigettata.

A seguire, tenendo conto di tutti gli aspetti considerati nei sottocapitoli precedentemente esposti, verranno presentate e spiegate tutte le bozze con le proposte di copertina elaborate in fase di progettazione.

3.2.2 Proposte di copertina

La progettazione, delle proposte di copertina, è stata avviata in Adobe Illustrator creando il documento di lavoro "Copertina.ai" e impostando la tavola da disegno con una **larghezza** di 1200px per un'**altezza** di 1600px¹¹.

1. Prima Proposta di Copertina

La prima bozza grafica della copertina è stata ideata partendo dal concetto di Big Data (Fig.5). L'intento, attraverso la prima proposta di copertina, era quello di realizzare, grazie alla creazione di un'illustrazione identificativa, una copertina con un disegno che, richiamando le grafiche di solito associate al concetto di big data, suggerisse il concetto legato all'informatica umanistica di collegamento tra mondi e culture solo apparentemente distanti come gli studi umanistici e quelli della computer science. Inoltre in questa prima proposta l'immagine di copertina restava la stessa in tutti gli ebook della serie che veniva-

¹¹ Dispensa Corso di Editing e Scritture Editoriali, prof. Nicoletta Salvatori, pg. 20 "La Cover": https://elearning.humnet.unipi.it/pluginfile.php/288000/mod_resource/content/4/4.editingebook21.pdf

no così a differenziarsi sono nel colore e nel titolo.



Fig.5 - Concept Big Data

La rappresentazione grafica dei Big Data, veniva intesa come l'insieme di monografie (o dati) che, grazie alle caratteristiche che le accomuna, saranno raccolte sotto un'unica collana di libri (Cluster). Nella Fig.6, è possibile vedere la prima proposta di copertina chiamata "Big Data".

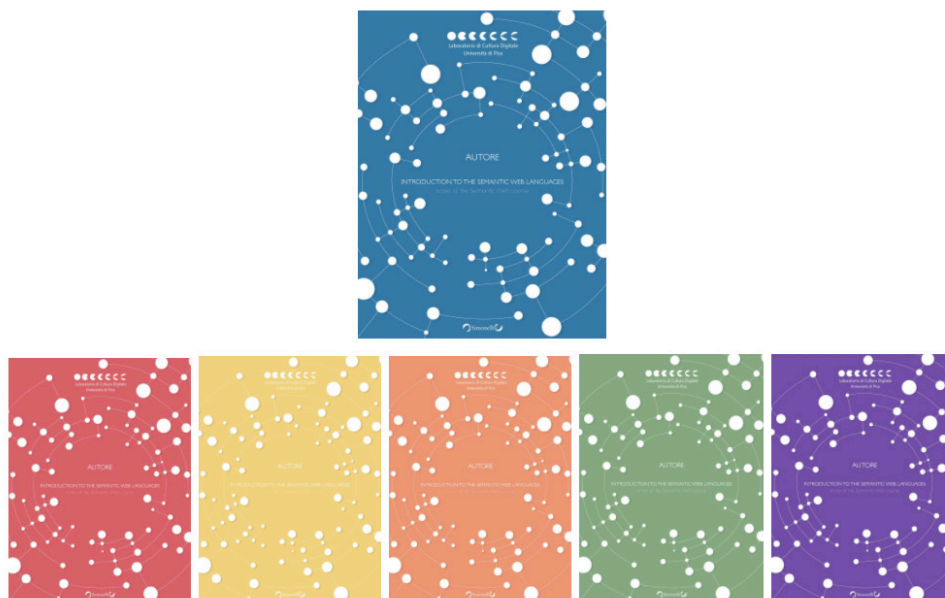


Fig.6 - "Big Data"

Questa illustrazione, uguale come già accennato per tutte le monografie, presentava al centro uno spazio libero in primo piano dedicato al titolo e all'autore dell'opera, che

rappresentavano, oltre al colore di sfondo, gli elementi distintivi e quindi il “dato” specifico della singola monografia, dato messo in evidenza fra tutta la mole di altri dati contenuti all’interno del nostro “Cluster ” (la collana di libri “Quaderni di Cultura Digitale”).

Come già anticipato nel sottocapitolo 3.2.1, il font utilizzato in questa prima bozza di copertina è stato “UltimaPDAC - UltraLight”, che risultava estremamente elegante e in armonia con l’illustrazione disegnata ma purtroppo scarsamente leggibile.

Per quanto invece riguarda i dati istituzionali esposti in copertina, la scelta è stata di riportarli in bianco, essendo questo un colore neutro (acromatico) facilmente abbinabile a tutti gli altri colori.

2. Seconda Proposta di Copertina

La seconda bozza grafica della copertina è stata ideata partendo dalla tipica interpretazione grafica del concetto di Cluster (Fig.7).

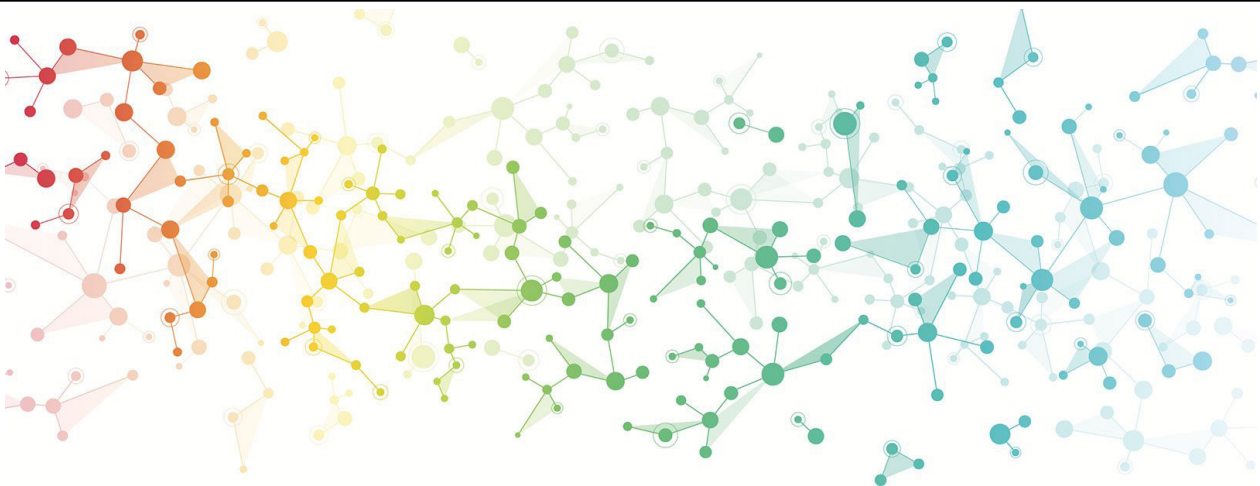


Fig.7 - Concept Cluster

Come nella prima proposta di copertina, l’obiettivo era quello di creare un elemento distintivo che potesse accomunare l’intero progetto. Nella seconda bozza, è stato quindi seguito lo stesso principio di base spiegato nella proposta “Big Data”, cercando però questa volta di riprodurre in modo più esplicito il concetto di cluster.

È stato a questo proposito disegnato un raggruppamento di nodi interconnessi fra loro perché pensati come appartenenti allo stesso cluster. Al centro è stato messo in evidenza un nodo in dimensioni più elevate rispetto agli altri dove poter inserire un’illustrazione identificativa per ogni monografia. Il titolo e il nome dell’autore sono stati riportati nella parte superiore della copertina, mentre i loghi istituzionali al centro nelle due estremità

opposte. Anche qui i dati del libro sono stati riportati in bianco, essendo questo un colore neutro (acromatico) facilmente abbinabile a tutti gli altri colori.



Fig.8 - "Cluster"

Una prima analisi di queste due bozze da parte del comitato scientifico, ha evidenziato alcune criticità: Il titolo e il nome dell'autore risultano poco leggibili in piccole dimensioni, quindi il font anche se elegante appariva poco efficace. Anche il colore bianco scelto per riportare i dati istituzionali risultava poco visibile alla lettura. Per quanto invece riguardava il concept alla base dei due disegni, secondo il comitato scientifico, la seconda proposta di copertina risultava più in linea con le tematiche generali della collana (il disegno al centro doveva infatti variare per ogni tipo di tematica affrontata), invece la prima proposta di copertina avrebbe rimandato a tematiche di ambito astronomico. In base al feedback ottenuto il lavoro è proseguito con alcune modifiche e altre due proposte.

3. Terza Proposta di Copertina

La terza bozza grafica della copertina è stata ideata partendo in linea di massima dallo stesso concetto di base, ma in questo caso sviscerando ancora di più l'argomento e concentrando tutto il lavoro sul concetto di Connessioni (Fig.9), intese come connessioni di dati raggruppati in uno stesso cluster.

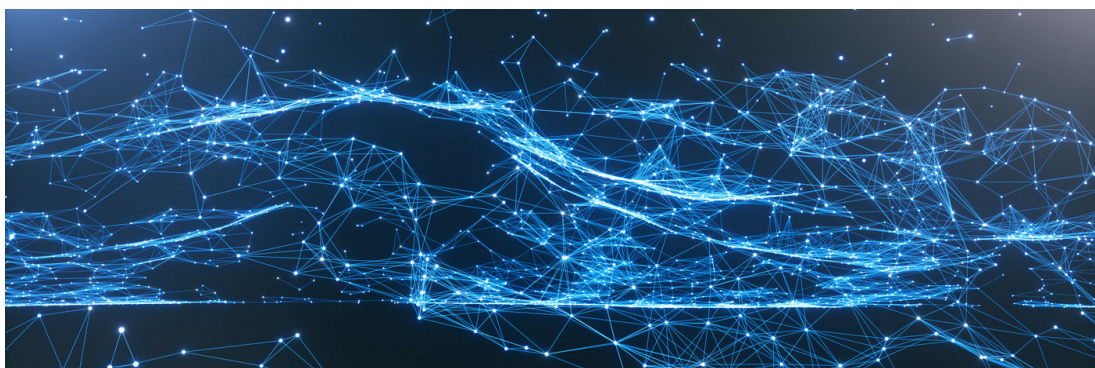


Fig.9 - Concept Connessioni

Partendo da questo concept (Fig.9) e mantenendo l'obiettivo di creare un elemento distintivo che potesse accomunare l'intera collana, il focus si è concentrato sulla creazione di un'illustrazione rappresentativa per ogni monografia. A questo proposito è stata ideata una copertina dallo sfondo più semplice e pulito che desse più risalto all'illustrazione, diventando quest'ultima l'unico elemento distintivo ma allo stesso tempo di coesione dal punto di vista concettuale.

Per proseguire, tenendo conto del feedback ottenuto dal comitato scientifico nella visualizzazione delle prime due bozze, il font utilizzato per i titoli e il nome dell'autore è stato sostituito con "Futura Lt Bt" essendo quest'ultimo un carattere elegante, lineare e di una leggibilità maggiore. Anche per quanto riguarda il colore bianco utilizzato per riportare i dati istituzionali in copertina, si è optato per la sua sostituzione con il nero.



Fig.10 - "Connessioni"

4. Quarta Proposta di Copertina

Nella creazione della quarta proposta di copertina, la scelta è stata quella di cambiare il concetto di base sviluppato nelle versioni precedenti.

Per la progettazione grafica di questa quarta bozza di copertina è stata presa in considerazione la nozione di "digitale", termine emerso in fase di brainstorming. Pensando al digitale, è possibile affermare che il processo di digitalizzazione è andato di pari passo con lo sviluppo tecnologico e quindi con l'affermarsi dei computer. Quindi tutto quello che viene creato e lavorato in digitale, tema principale anche delle monografie presenti nel-

la collana, è visibile ai nostri occhi solo grazie ai milioni di **pixel** (Fig. 11) presenti sullo schermo di un computer. Un pixel è l'unità minima convenzionale della superficie di un'immagine digitale. I pixel, disposti in modo da comporre una griglia fissa rettangolare, per la loro piccolezza e densità appaiono fusi in un'unica immagine. Il termine è la contrazione di "picture element", cioè "elemento di immagine".

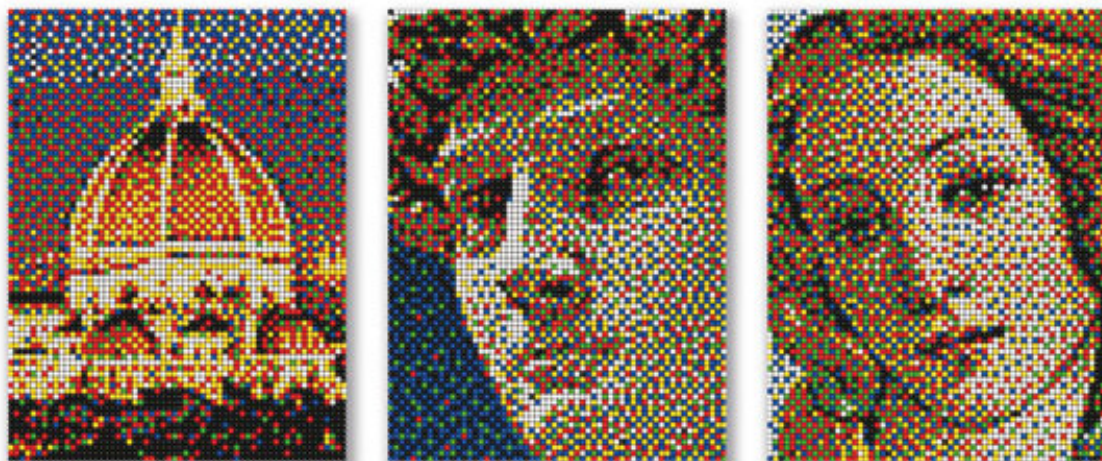


Fig.11 - Concept Pixel

Appena sotto, nella Fig. 12 sarà possibile osservare l'ultima proposta di copertina, disegnata e progettata attorno al semplice concetto di pixel. Il pixel inteso come il più piccolo elemento costituente un'immagine digitalizzata che in questo caso diventerà l'illustrazione unica ed identificativa per ogni monografia.



Fig.12 - Pixel

Come è possibile notare, anche in questo caso, la copertina Pixel rispetta la struttura riportata nelle varianti precedenti. La copertina è caratterizzata da un layout semplice che riserva al centro uno spazio dedicato alla illustrazione del caso (a seconda della pubblicazione). L'illustrazione viene riportata in copertina come un'immagine pixelata e quindi di origine digitale, come le tematiche di ogni monografia appartenente alla collana. I colori di sfondo rimangono anche in questo caso invariati, rispetto alla palette di colori scelta, ma abbinati con un colore a contrasto per quanto riguarda i dati istituzionali. Una bozza decisamente dai toni più forti.

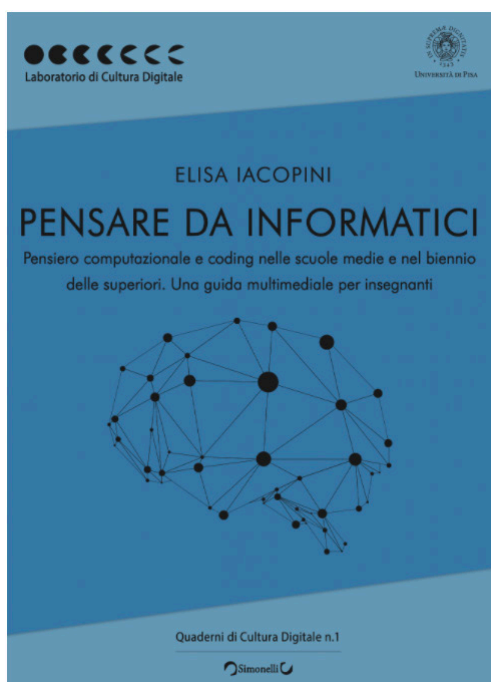
3.2.3 La copertina scelta

Dopo aver consegnato anche le ultime due bozze di copertina e dopo essere state attentamente analizzate, il comitato scientifico ha convenuto che la **proposta numero 3** (Fig.13 - Connessioni) risulta essere la bozza di copertina più in linea con l'argomento generale della collana.



Fig.13 - Connessioni

Scelta ufficialmente la copertina, il comitato scientifico ha provveduto a specificare le dimensioni e il posizionamento dei due loghi istituzionali presenti all'estremità alta della copertina (il logo del Laboratorio di Cultura Digitale ed il logo dell'Università di Pisa). È stata chiesta inoltre l'aggiunta del nome della collana ed il numero della pubblicazione nella parte inferiore della copertina (vedi immagine sotto). Per quanto riguarda invece il logo della casa editrice, sarà definito in un secondo momento, essendo l'editore stesso a specificare e decidere la dimensione e la posizione che dovrà riportare in copertina.



1.Copertina Prima Monografia



2.Copertina Seconda Monografia

Il lavoro è stato apprezzato per il suo layout minimal e pulito, ma anche per la distribuzione armonica di ogni elemento presente sulla copertina, avendo ognuno di questi elementi il suo spazio ben definito. L'area centrale della copertina è stata invece riservata agli elementi più importanti, il nome dell'autore, il titolo della monografia e l'illustrazione rappresentativa creata ad-hoc in base all'argomento del testo pubblicato.

Concludendo si può quindi affermare che la proposta di copertina numero 3 risulta avere un carattere moderno e deciso, ma allo stesso tempo funzionale al tipo di pubblicazione. L'illustrazione invece creata ad-hoc rende ogni copertina suggestiva e unica nel suo genere.

Come si vedrà successivamente la copertina ha poi subito ulteriori modifiche nel momento in cui è stata presentata all'editore Simonelli (ebooksitalia.com) che ha giustamente introdotto modifiche tali da renderla maggiormente visibile sul catalogo della casa editrice e sugli ebook store e più in linea con le altre collane della casa editrice.

3.3 Testo, Layout e le varie scelte stilistiche

Per poter realizzare un ebook bisogna cominciare da un file in formato **.doc**, **.docx**, **.rft** o **.txt**. a cui è stato fatto un primo editing.

Proseguendo nella creazione e nello sviluppo dell'eBook bisogna tenere a mente che, come il libro cartaceo, anche il libro digitale deve contenere tutta una serie di informazioni,

quindi il manoscritto sarà strutturato considerando le seguenti parti:

- **Copertina**
- **Metadati** (autore, collaboratori, crediti fotografici, editore, titolo, data di uscita, ecc.)
- **Frontespizio**: è la pagina iniziale di un libro dove vengono riportati tutti i dati per esteso del testo (il titolo per intero, il nome dell'autore, il logo e il nome dell'editore)
- Piccola **descrizione** dell'opera;
- **Colophon**: contiene le informazioni legali obbligatorie per ogni pubblicazione come l'edizione, la data di pubblicazione, i diritti d'autore e l'ISBN, la paternità dell'immagine di copertina e dell'impaginazione, gli altri titoli della collana e altre accessorie.
- **Dati dell'Autore** (opzionale);
- **Leggenda** (se necessaria);
- **Indice**: nell'ebook possono essere presenti due; 1) il table of contents che viene creato automaticamente dal programma usato secondo indicazioni date dall'editor; 2) l'indice interno al testo (opzionale) costruito attraverso link navigabili;
- **Testo**: il manoscritto suddiviso in capitoli e sottocapitoli;
- **Bibliografia**;
- **Note**: in un eBook saranno presenti alla fine di ogni capitolo o alla fine del testo;
- **Premessa** (se prevista);
- **Ringraziamenti** (se prevista);

Quindi tutto quello che serve per iniziare la formattazione e la costruzione dell'eBook (nel programma scelto) è un manoscritto ripulito e pronto per l'editing grafico in uno dei formati sopra elencati.

3.3.1 Impaginazione

Il lavoro di sviluppo di un layout efficace per quanto riguarda questa tesi è stato incentrato sulla pubblicazione della prima monografia appartenente alla Collana di eBook "Quaderni di Cultura Digitale". L'editing grafico è stato eseguito con Adobe InDesign, programma di produzione editoriale a pagamento prodotto da Adobe System e rivolto all'editoria. InDesign è un software di impaginazione professionale in grado di creare layout per progetti destinati alla stampa, al web e ai dispositivi mobile. Una volta definita la dimensione della pagina e impaginato il documento di lavoro a seconda delle necessità, è possibile esportare il file sia in formato ePub a scorrimento fluido che nel formato a layout fisso. Come si è già potuto appurare anche nel capitolo 3.1, nella produzione di un eBook possiamo distinguere fra due tipi di layout:

1. **layout fisso:** l'eBook viene impaginato in modo rigido come su carta e speciali tool consentono l'accesso alla multimedialità, alla formazione di più livelli di lettura (gallerie, animazioni) e la suddivisione a pagine.
2. **layout liquido:** nell'eBook a layout fluido tutti gli elementi del testo diventano liquidi, quindi adattano allo schermo del dispositivo usato, schermo che decide in autonomia gran parte della formattazione (numero di pagina, dimensione carattere, margini, ecc.). Quello che può essere deciso nella formattazione originale sono gli stili di testo (grassetto, corsivo, sottolineato) e la giustificazione, consigliata a bandiera.

È quindi possibile affermare che il layout liquido nasce con l'intento di adattarsi ai diversi dispositivi digitali, che impaginano il contenuto secondo le dimensioni dello schermo e altri parametri dell'hardware. Per questa ragione il documento dovrà essere accuratamente suddiviso in capitoli (e sottocapitoli) che dovranno ognuno iniziare sempre da una nuova pagina utilizzando l'opzione "Interruzione di pagina". E anche se il documento sarà suddiviso in pagine diverse non sarà comunque riportato alcun numero di pagina perché i numeri di pagina verranno inseriti automaticamente in base al display del dispositivo utilizzato.

Un libro digitale a layout liquido deve permettere all'utente di scorrere il testo avanti ed indietro velocemente, essere ingrandito se necessario, cambiare il font di formattazione e adattarsi alla grandezza del display utilizzato. Il lettore potrà inoltre navigare nell'indice (ipertestuale), fare zapping tra i vari rimandi ipertestuali e cliccare i link (se previsti) per entrare in rete. Trattandosi quindi in questo caso di un eBook a layout liquido il lavoro sarà sviluppato studiando tutti gli aspetti che permettono una formattazione di base del manoscritto. L'impaginazione riguarderà:

- la scelta del **carattere tipografico** originale;
- la **suddivisione in capitoli** e sottocapitoli;
- la **giustificazione**, la creazione degli **stili** e dell'**indice**;
- l'**elaborazione grafica** delle **immagini**, delle **tabelle** e dei **grafici** presenti nel testo;
- lo sviluppo dei **rimandi ipertestuali** e dei **collegamenti ipertestuali**.

3.3.2 Carattere Tipografico (Font del testo)

Essendo il carattere tipografico all'interno dell'eBook un elemento modificabile, la scelta di questo potrebbe apparire non importante, ma invece un'attenta ricerca e una scelta adeguata farà sì che il lettore finale non senta la necessità di modificare il font mantenendo così la formattazione del testo originale. In questo caso si avrebbe la conferma che la scelta grafica compiuta è stata quella corretta.

1.1 Gli scopi della guida

L'informatica è la scienza che si occupa di elaborare una certa quantità di dati, chiamati informazione, in maniera automatizzata, è una disciplina vastissima che muta continuamente perché migliorano le tecnologie, ma i principi fondamentali sono sempre gli stessi: procedure che realizzano obiettivi nel modo più efficiente possibile.

Viene mostrato come il pensiero computazionale possa essere utilizzato per trattare argomenti matematici tipici della scuola media e del biennio delle superiori, illustrando esempi sviluppati con il linguaggio di programmazione Python.

La programmazione informatica, o coding, non è il pen-

1.1 Gli scopi della guida

L'informatica è la scienza che si occupa di elaborare una certa quantità di dati, chiamati informazione, in maniera automatizzata, è una disciplina vastissima che muta continuamente perché migliorano le tecnologie, ma i principi fondamentali sono sempre gli stessi: procedure che realizzano obiettivi nel modo più efficiente possibile.

Viene mostrato come il pensiero computazionale possa essere utilizzato per trattare argomenti matematici tipici della scuola media e del biennio delle superiori, illustrando esempi sviluppati con il linguaggio di programmazione Python.

Fig.19 - Resa del font sul display (a sinistra sul desktop, mentre a destra sullo schermo dello smartphone)

A seguire, in base al font appena scelto per il contenuto dell'eBook in lavorazione verranno sviluppati tutti gli stili di testo necessari per la creazione di un layout fluido ed adeguato.

3.3.3 Stili di Testo

Un ruolo importante nello sviluppo di un layout efficace lo svolgono gli stili di **testo**. Questi rappresentano il principale metodo di formattazione usato per la creazione di una impaginazione pulita, ordinata e di facile lettura.

Sarà qui che verrà impostato il corpo del testo ed i vari parametri di riferimento come **interlinea**, **giustificazione**, **spaziatura** e **rientri**.

1. Titoli e sottotitoli

Per la formattazione dei **titoli** e dei **sottotitoli** sono stati creati in maniera gerarchica gli stili di paragrafo di riferimento, cominciando da **H1** in ordine decrescente. L'**H1**, come detto, è il titolo del capitolo principale, quindi dovrà essere inserito in testa. A seguire il paragrafo o i paragrafi principali dovranno essere titolati con un **H2**, che al suo interno dovrà contenere sotto paragrafi titolati in **H3** e così via. Ognuno di questi avrà una formattazione

propria in termini di corpo, interlinea o spaziatura. Per quanto riguarda il caso specifico di questa tesi, gli Headline sono stati formattati con i seguenti parametri:

- **H1:** è lo stile assegnato ai titoli di tutti i capitoli principali (es. “1.Introduzione”). Lo stile ha come impostazione di base il carattere tipografico **Futura** (lo stesso carattere utilizzato per la copertina) dallo **stile Light**, **corpo 18 pt** e **interlinea 20 pt**. Come **allineamento** è stata scelta l'opzione di **bandiera al centro** con una **spaziatura** sia prima che dopo di **66 px** (Fig. 20). Colore del corpo nero.

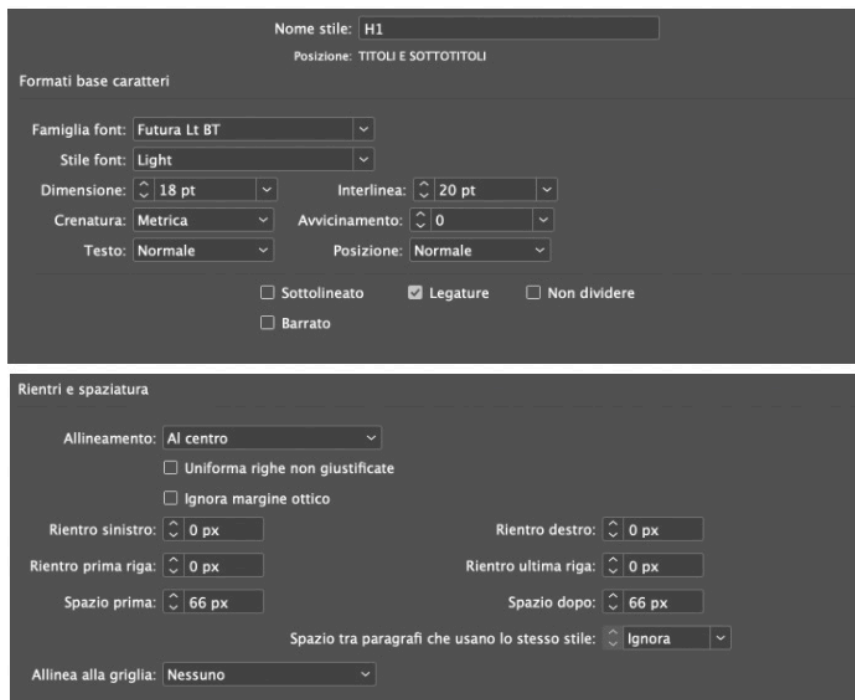


Fig.20 - H1(formattazione di base)

- **H2:** è lo stile assegnato ai sottotitoli appartenenti ai sottocapitoli presenti all'interno dei capitoli principali (es. “1.1 Gli scopi della Guida”). Ha un'impostazione basata sullo stile di paragrafo H1, dove il **corpo** scende da **18 pt** a **16 pt** e l'**interlinea** da 20 pt a **18 pt**. Tutto il resto invece rimane invariato.
- **H3:** è lo stile assegnato ai sottotitoli appartenenti ai sotto-sottocapitoli presenti nei sottocapitoli del testo (es. “2.2.1 Processo mentale”). Anche in questo caso la formattazione si basa sullo stile di paragrafo H1, mentre il **corpo** del sottotitolo viene impostato a **14 pt** e l'**interlinea** a **16 pt**. Anche qui per quanto riguarda l'allineamento e la spaziatura rimane tutto invariato.
- **H4:** Rappresenta all'interno del testo lo stile di paragrafo utilizzato per la formattazione di alcuni sotto-sotto-sotto capitoli. Ha come **carattere tipografico “Georgia”** dallo stile Bold, il **corpo 12 pt** e **interlinea 14 pt**. Il corpo è di colore nero e **allinea-**

mento bandiera a sinistra con la **spaziatura** sia prima che dopo di **36 px** (Fig.21).

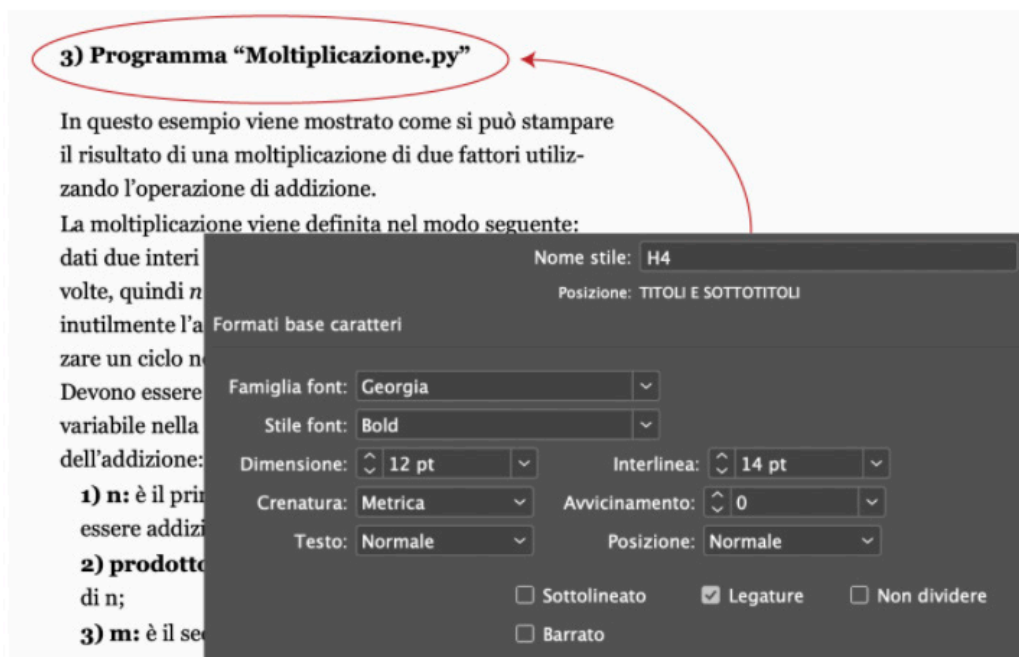


Fig.21 - H4(formattazione di base)

- **H5 - dati aggiuntivi:** Rappresenta la formattazione di un sottotitolo inserito come dato aggiuntivo che è stato impostato con il carattere tipografico **Futura** dallo **stile Light**, il **corpo** di colore nero della dimensione di **8 pt** e **interlinea 10 pt**. **Allineamento a bandiera al centro** con la **spaziatura** solamente dopo di **16 px** (Fig.25).

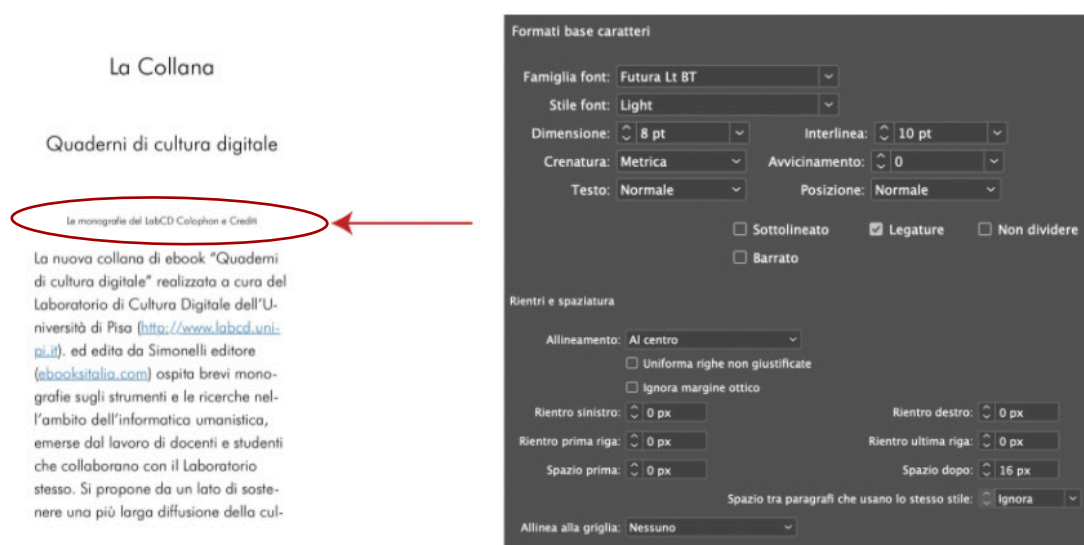


Fig.25 - H5 (esempio all'interno del testo)

La scelta di utilizzare per la formattazione dei titoli e dei sottotitoli gli stili di paragrafo e non gli stili di carattere è stata dettata dalla principale necessità di impostare e personalizzare, da un punto di vista grafico del layout, la spaziatura prima e dopo ogni uno di essi.

2. Paragrafi

Sempre attraverso gli stili di paragrafo è possibile definire la struttura generale del testo, dandogli così una sua propria caratteristica grafica. Anche per quanto riguarda la formattazione del testo è stato creato uno stile di paragrafo intitolato **<p>** con le seguenti caratteristiche generali:

- **<p>**: carattere tipografico di base **Georgia** (scelto precedentemente nel sottocapitolo 3.3.3), **stile Regular**, **corpo 12 pt**, **interlinea 18 pt** e **tracking** (o avvicinamento tra le parole) **30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento bandiera a sinistra** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,5 px** (Fig. 26).

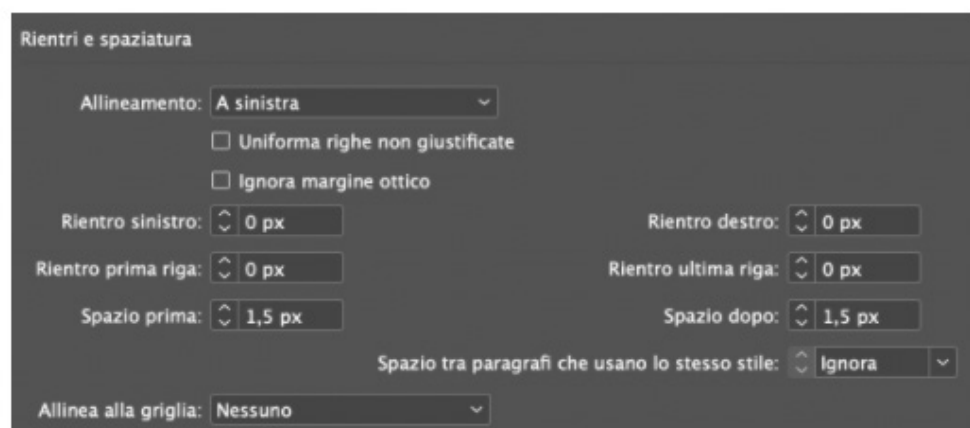
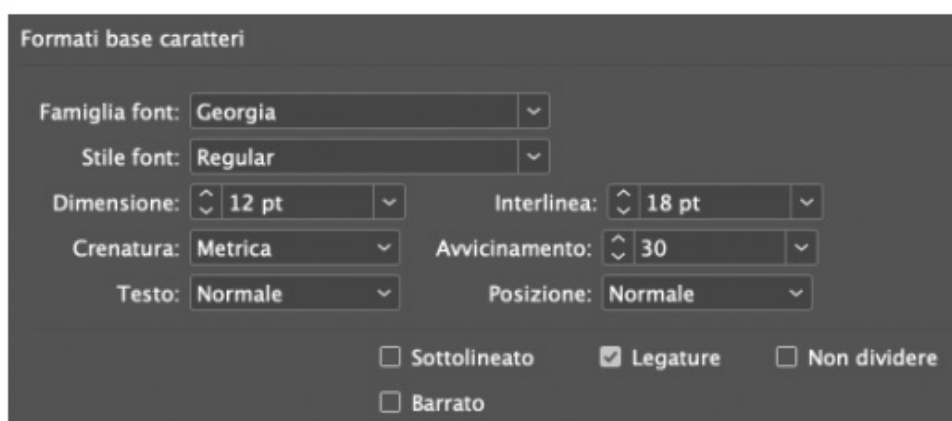


Fig.26 - <p> (formattazione)

Sempre per quanto riguarda il contenuto del testo è stato creato lo stile di paragrafo

<p> - Numerazioni, utilizzato come formattazione delle parti di testo contenente elenchi di numerazione. Lo stile di paragrafo “<p> - Numerazioni” si basa sullo stile di paragrafo “<p>” mantenendo le impostazioni di base di quest’ultimo, ma integrando un **rientro a sinistra di 20 px** e in più la predisposizione del testo come **elenchi puntati e numerati di tipo Numeri** (Fig. 27).

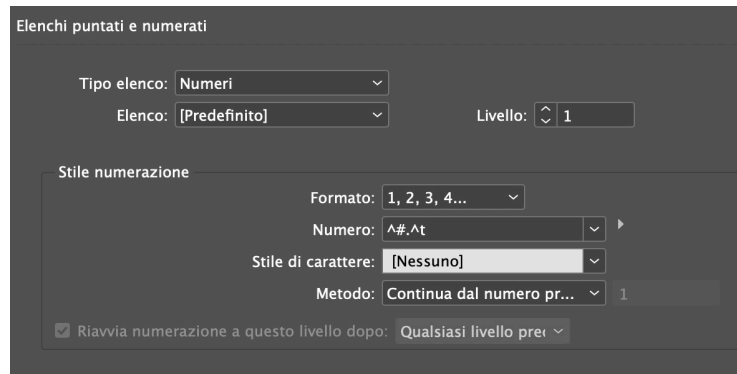


Fig.27 - <p> - Numerazione (formattazione)

3. Altri stili

Sempre per quanto riguarda la definizione del layout e la messa a punto dell’intero testo presente all’interno del manoscritto sono stati creati altri stili di testo che mirano alla formattazione di alcune piccole parti di testo.

- **Collana txt**: è lo stile di paragrafo assegnato al **testo di presentazione** della Collana “Quaderni di Cultura Digitale”(Fig.28).

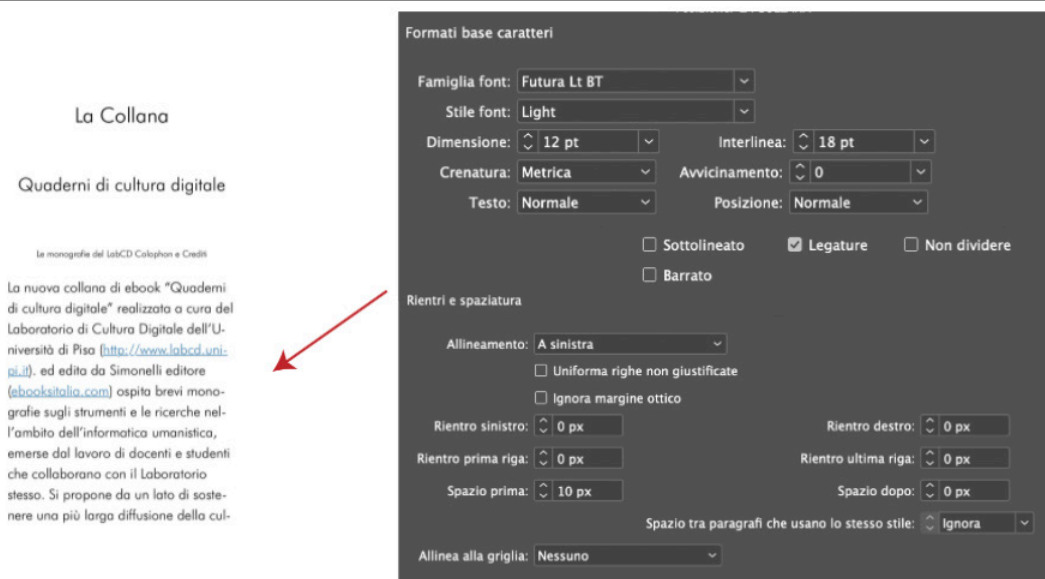


Fig.28 - Collana txt (formattazione)

Lo stile ha come impostazione di base il carattere tipografico **Futura** dallo **stile Light**, **corpo** di colore nero dalla dimensione di **12 pt** e **interlinea 18 pt**. L'**allineamento** è stato scelto a **bandiera a sinistra** con una **spaziatura** solo prima del paragrafo di **10 px** (Fig. 28).

- **Frontespizio H1**: è lo stile di paragrafo assegnato al nome dell'autore nella pagina di frontespizio (Fig.29). La creazione di questo stile è stata necessaria allo scopo di sviluppare al meglio il layout di questa sezione pur rispettando la predisposizione dei dati inseriti.

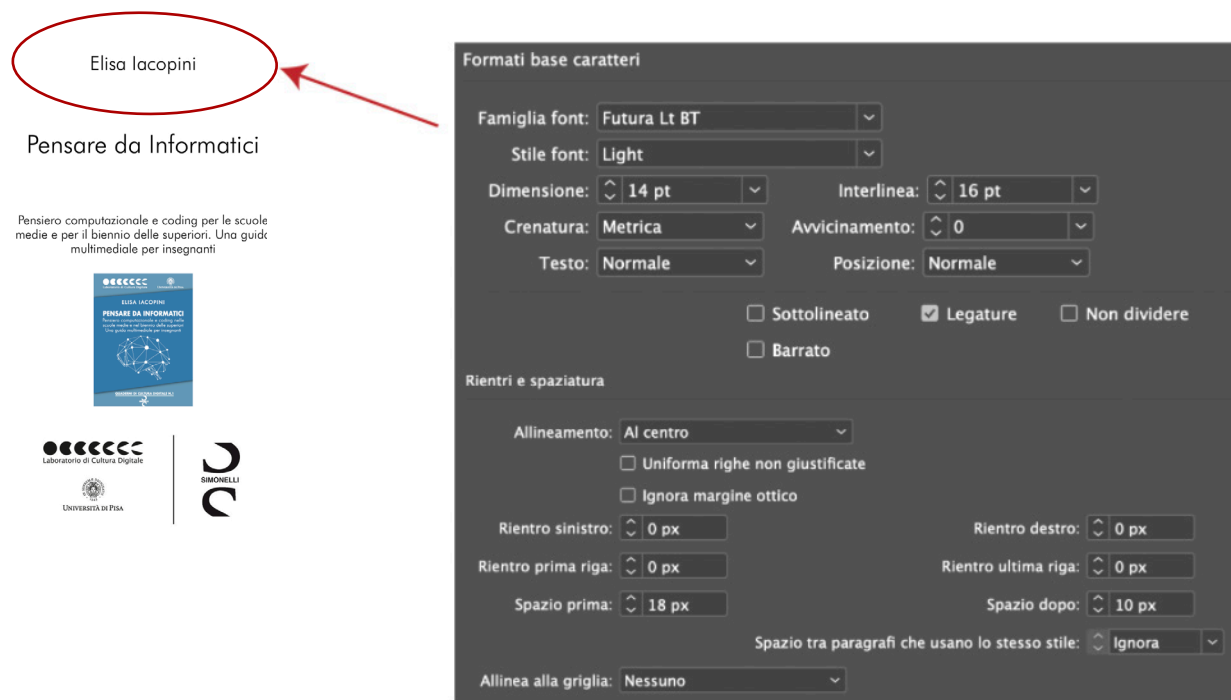


Fig.29 - Frontespizio H1 (formattazione)

Lo stile di paragrafo **Frontespizion H1** ha come impostazione di base il carattere tipografico **Futura** dallo **stile Light**, **corpo** di colore nero dalla dimensione di **14 pt** e **interlinea 16 pt**. Come giustificazione è stato scelto l'**allineamento al centro** con una **spaziatura prima** di **18 px** e una **spaziatura dopo** di **10 px** (Fig. 29).

- **Autore txt**: è lo stile di paragrafo assegnato alla biografia dell'autrice. Anche in questo caso la scelta mirata di creare un nuovo stile di testo dedicato alla descrizione dell'autrice è stata fatta da un punto di vista grafico. Lo stile di paragrafo Autore txt ha come impostazione di base il carattere **Georgia**, **stile Regular**, **corpo** di colore nero e dimensione **12 pt**, **interlinea 20 pt** e **tracking** (o avvicinamento tra le parole) **-30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento giustificato a sinistra** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,5 px** (Fig.30).

L'Autrice

Incuriosita dal mondo digitale, Elisa Iacopini ha frequentato il Corso di Laurea in Informatica Umanistica presso l'Università di Pisa, e questa guida è la tesi di laurea presentata al termine del percorso di studi.

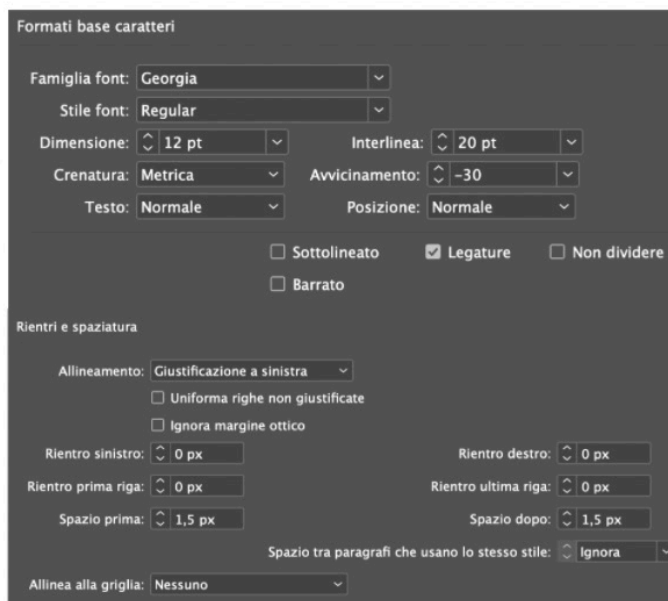


Fig.30 - Autore txt (formattazione)

- **Colophon txt:** è lo stile di paragrafo assegnato al testo inserito nella sezione Colophon. Lo stile di paragrafo Colophon txt ha come impostazione di base il carattere **Futura**, **stile Light**, **corpo** di colore nero e dimensione **12 pt**, **interlinea 16 pt**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera a sinistra** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **2 px** (Fig.31).

Colophon

Pensare da informatici
Testi di Elisa Iacopini
Realizzazione grafica ed editing: Iulia Biserica
Supervisione editoriale: Nicoletta Salvatori e Beatrice Rapisarda
© 2021, Simonelli Editore
ISBN 978-88-9320-272-5
Collana
Quaderni di Cultura Digitale
Labcd - Università di Pisa
Se Book
Simonelli Electronic Book
© Worldwide Copyright Simonelli Editore srl — Milano — Italy
www.simonel.com — ed@simonel.com

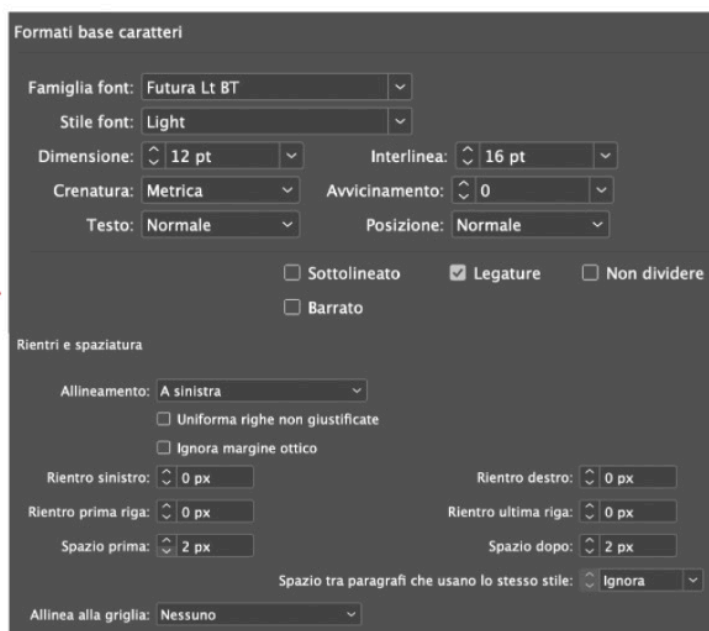


Fig.31 - Colophon txt (formattazione)

Lo stesso stile di paragrafo (Colophon txt) è stato assegnato anche al testo presente nella sezione “Leggenda” con l’opzione di allineamento modificata in bandiera al centro (Fig.32).

Leggenda

[1] - Note Bibliografiche
1 - Note a Piè di Pagina
"B.1" - Nota Bibliografica Sorgente
"Nota.1" - Nota a Piè di Pagina Sor-
gente

Fig.32 - Sezione leggenda - Colophon txt + (formattazione modificata)

-
- **Citazione H1:** è lo stile di paragrafo assegnato al titolo della sezione contenente la citazione di Maria Montessori inserita dall’autrice nel manoscritto. Citazione H1 ha come impostazione di base il carattere **Georgia, stile Regular, corpo** di colore nero e dimensione **16 pt, interlinea 18 pt e tracking -30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera al centro** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **66 px** (Fig.33).

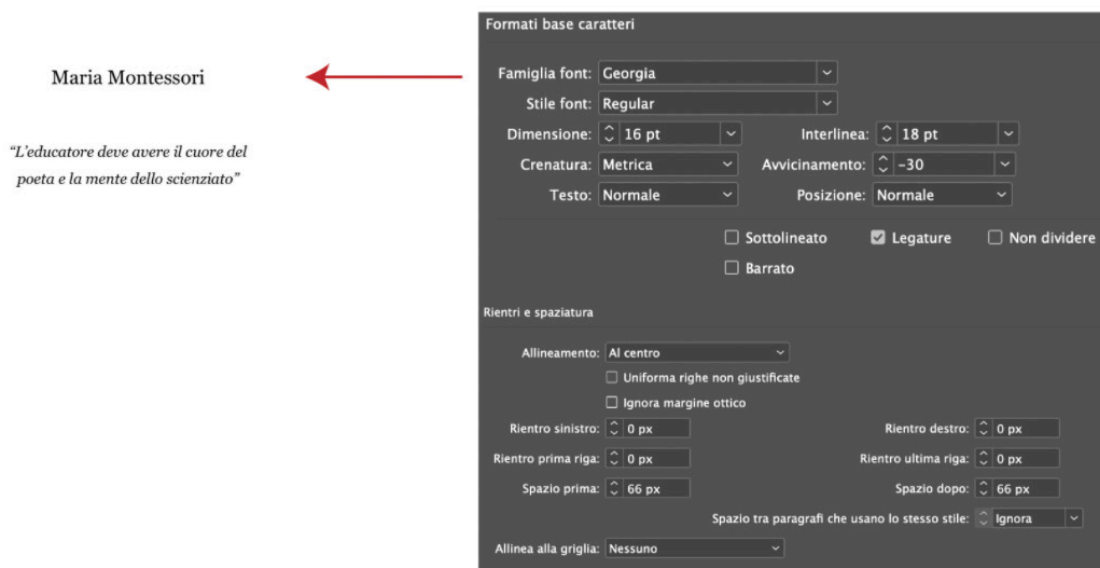


Fig.33 - Citazione H1 (formattazione)

-
- **Citazione txt:** è lo stile di paragrafo assegnato alla citazione riportata nella sezione Maria Montessori. Citazione txt ha come impostazione di base il carattere **Georgia, stile Italic, corpo** di colore nero e dimensione **12 pt, interlinea 22 pt e tracking 30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera al centro** e una **spaziatura prima 1,5 px e dopo di 2 px** (Fig.34).

Maria Montessori
*"L'educatore deve avere il cuore del
 poeta e la mente dello scienziato"*

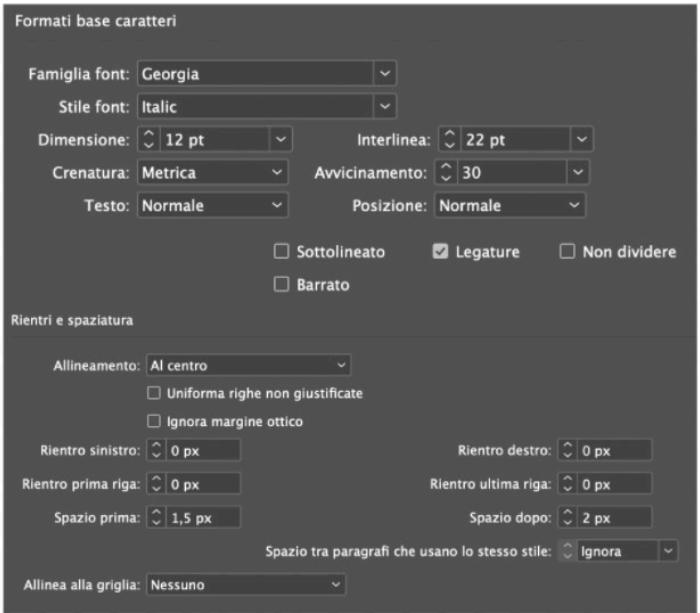


Fig.34 - Citazione txt (formattazione)

- **Campo di testo H:** è lo stile di paragrafo assegnato al numero della figura. Questo stile testo è stato creato appositamente per inserire alcuni codici di programmazione inseriti nel manoscritto come screenshot. La decisione di inserire questi pezzi di codice come campo di testo è stata condizionata dalla presenza eccessiva di immagini e tabelle all'interno del manoscritto. Lo stile "Campo di testo H" ha come impostazione di base il carattere **Consolas**, **stile Bold**, **corpo** di colore nero e dimensione **10 pt**, **interlinea 9 pt** e **tracking 30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera al centro** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,3 px** (Fig.35).

```

Fig. 90
import turtle #viene adottato il modulo turtle
finestra= turtle.Screen() #definita la variabile finestra
finestra.setup(400,400) #impostata dimensione della finestra e...
finestra.bgcolor("lightgreen") #...colore
albero= turtle.Turtle() #crea un albero
albero.hideturtle()
albero.penup()
albero.setx(-130)
albero.sety(80)
for i in range(5): #per creare la prima fila di 5 alberi
albero.dot(30,'green') #diametro 20 pixel e di colore verde
albero.forward(65) #avanzamento ad ogni passaggio
albero.hideturtle()
albero.setx(-130) #impostate nuove coordinate
albero.sety(-70)
for i in range(5): #seconda fila di 5 alberi
albero.dot(30,'green')
albero.forward(65)
albero.hideturtle()
drusilla= turtle.Turtle() #crea la tartaruga
drusilla.hideturtle()
drusilla.penup()
drusilla.sety(35) #coordinate del nome che appare
drusilla.setx(-160)
drusilla.write('Drusilla',align='center',font=('arial',10,'italic'))
drusilla.sety(20) #coordinate della tartaruga
drusilla.setx(-160)
  
```

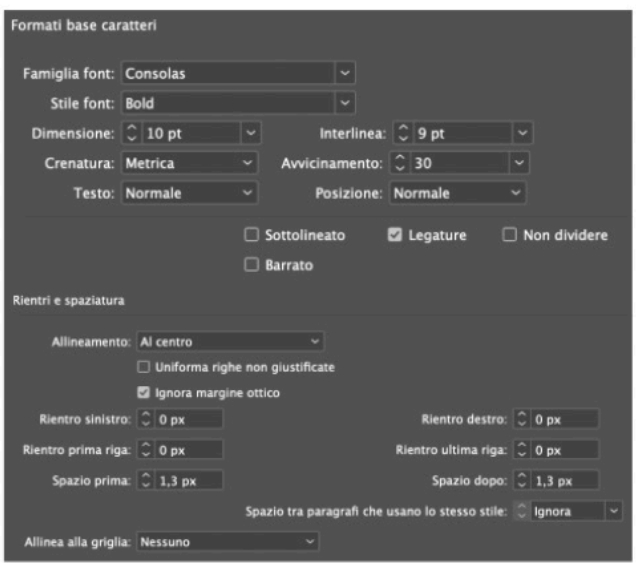


Fig.35 - Campo di testo H (formattazione)

- **Campo di testo:** è lo stile di paragrafo assegnato al testo contenente il codice di programmazione. Lo stile “Campo di testo” ha come impostazione di base il carattere **Consolas**, **stile Regular**, **corpo** di colore nero e dimensione **8 pt**, **interlinea 9 pt** e **tracking 30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera a sinistra** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,3 px** (Fig.36). Questo stile di paragrafo subisce però alcune variazioni mirate per quanto riguarda lo stile del font che viene **modificato in Bold** nell’inserzione dei tag esplicativi nella codifica (esempio linea 2 - **#viene adottato il modulo turtle**).

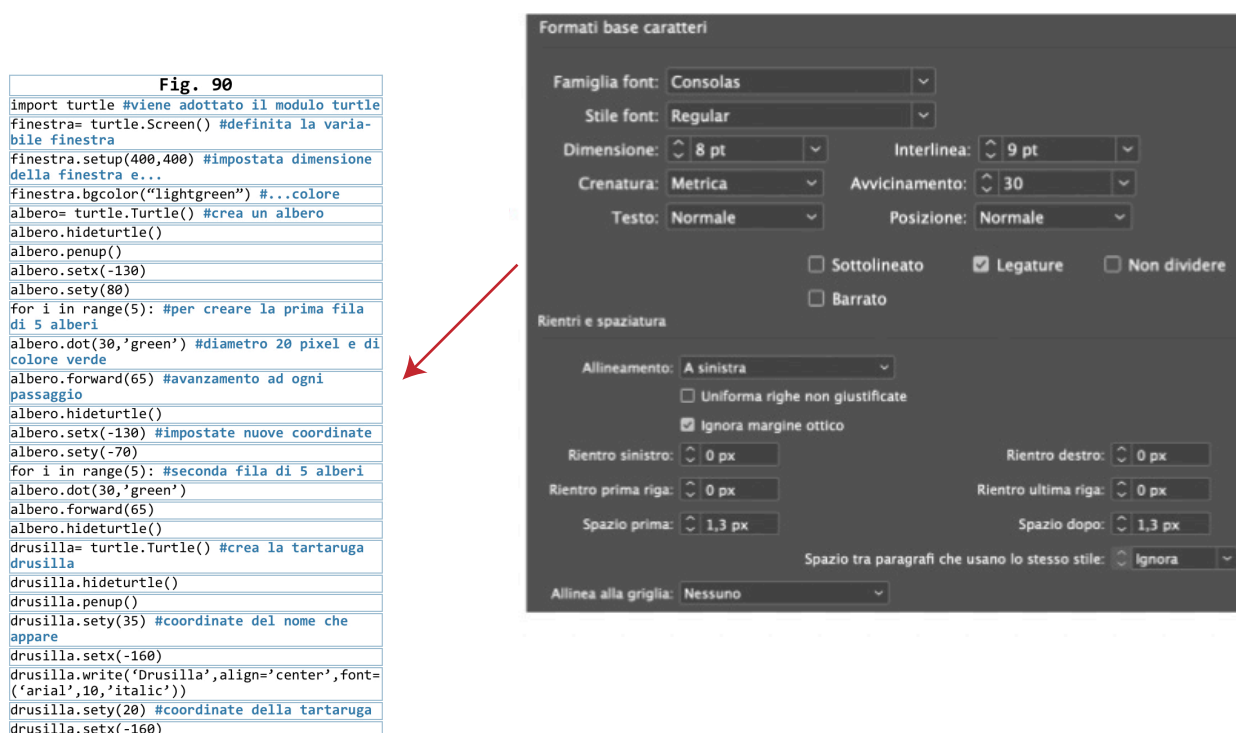
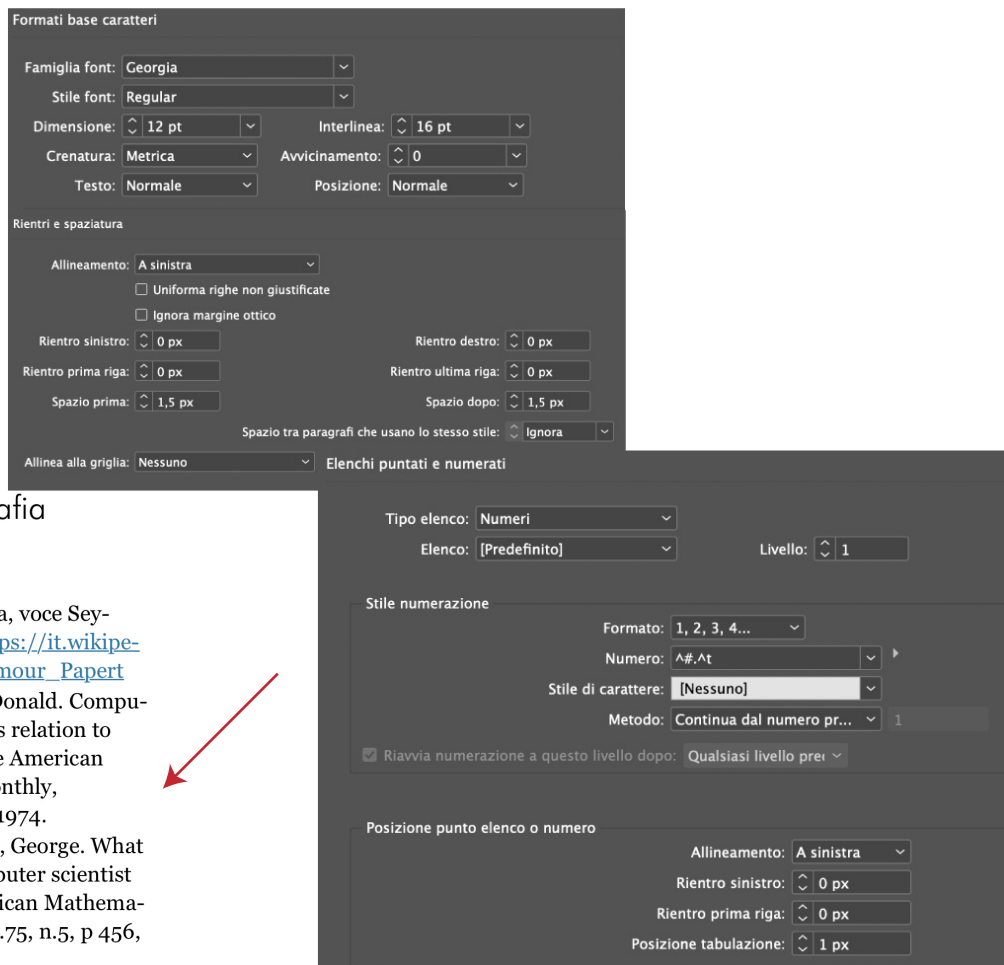


Fig.36 - Campo di testo (formattazione)

- **Bibliografia txt:** è lo stile di paragrafo assegnato alle note bibliografiche. Questo stile ha come impostazione di base il carattere **Georgia**, **stile Regular**, **corpo** di colore nero e dimensione **12 pt**, **interlinea 16 pt**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera a sinistra** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,5 px** (Fig.37). Lo stile “Bibliografia txt” ha inoltre integrata la formattazione degli **“Elenchi puntati e Numerati”** di tipo **“Numeri”** che crea in automatico un rientro del paragrafo.

La formattazione Elenchi puntati e Numerati era necessaria a fine dell’inserimento dei rimandi (vedremo poi meglio la ragione nel sottocapitolo a questo argomento dedicato).



Bibliografia

1. "B.1" Wikipedia, voce Seymour, Papert: https://it.wikipedia.org/wiki/Seymour_Papert
2. "B.2" Knuth, Donald. Computer Science and its relation to Mathematics, The American Mathematical Monthly, vol.81,n.4, p 323,1974.
3. "B.3" Forsythe, George. What to do till the computer scientist comes, The American Mathematical Monthly, vol.75, n.5, p 456, 1968.
4. "B.4" Wing, Jeannette M. Computational Thinking. Communications of the ACM, 49-3 pp.33-35. 2006:
5. "B.5" https://www.academie-sciences.fr/pdf/rapport/rads_0513.pdf

Fig.37 - Bibliografia txt (formattazione)

- **Note txt:** è lo stile di paragrafo assegnato alle note a piè di pagina. Questo stile di paragrafo presenta la stessa formattazione dello stile "Bibliografia txt" e ha quindi come impostazione di base il carattere **Georgia**, **stile Regular**, **corpo** di colore nero e dimensione **12 pt**, **interlinea 16 pt**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera a sinistra** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,5 px** (Fig.38). Anche in questo caso "Note txt" ha integrata la formattazione degli "**Elenchi puntati e Numerati**" di tipo "**Numeri**" che crea in automatico un rientro del paragrafo.

La formattazione "Elenchi puntati e Numerati" era necessaria a fine dell'inserimento dei rimandi (vedremo poi meglio la ragione nel sottocapitolo a questo argomento dedicato).

Note

1. Il Massachusetts Institute of Technology (MIT) è la più importante università di ricerca del mondo, con sede a Cambridge, nel Massachusetts. Il MIT gode ormai di una notevole reputazione per la qualità dell'insegnamento e della ricerca. Al MIT si trovano alcuni dei complessi tecnologici più all'avanguardia del mondo, tra cui un laboratorio di intelligenza artificiale. "Nota.1"
2. Un'associazione scientifica britannica, fondata nel 1660 per iniziativa di accademici allo scopo di promuovere l'eccellenza scientifica come viatico per il benessere della società. "Nota.2"
3. Chiudi o riavvia? La via da seguire per l'informatica nelle scuole del Regno Unito. "Nota.3"
4. Programma scolastico nazio-

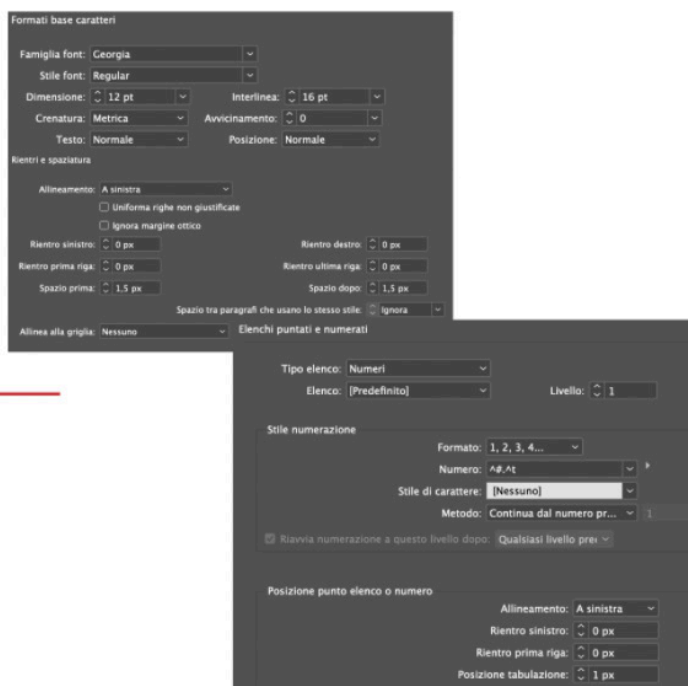


Fig.38 - Note txt (formattazione)

- **Ringraziamenti txt:** è lo stile di paragrafo assegnato al testo finale di ringraziamento. Questo stile ha come impostazione di base il carattere **Georgia**, **stile Italic**, **corpo** di colore nero e dimensione **12 pt**, **interlinea 22 pt**, e uno **tracking** di **30**. Per quanto riguarda i rientri e le spaziature lo stile ha un **allineamento a bandiera al centro** e una **spaziatura** sia prima che dopo di **1,5 px** (Fig.39).

Ringraziamenti

Ringrazio i professori Linda Pagli, Nicoletta Salvatori e Theodorus Van Boxel per aver visionato il lavoro, e il comitato editoriale del Laboratorio di Cultura Digitale di Informatica Umanistica per questa opportunità.

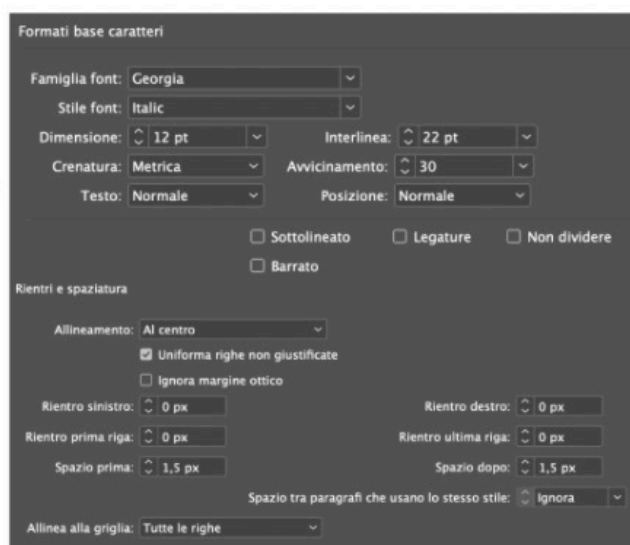


Fig.39 - Ringraziamenti txt (formattazione)

Tutti gli stili di testo sopra descritti hanno principalmente lo scopo di migliorare graficamente l'impaginazione del eBook sviluppato in questo lavoro di tesi. Un'altro ruolo importante lo svolgono anche nella creazione dell'indice navigabile.

3.3.4 L'Indice Navigabile

L'indice navigabile è un file interno all'ebook conosciuto anche con il termine inglese Table of contents (o TOC) consente all'utente di navigare agevolmente tra le varie parti dello stesso. Il TOC è visibile all'utente attraverso la funzione "**INDICE**" messa a disposizione dai vari dispositivi di lettura.

Ciascun ebook per essere fruito correttamente e offrire una buona esperienza all'utente, a prescindere dall'applicazione usata per la lettura, deve essere dotato di un indice TOC completo e accurato. L'indice navigabile è un elemento indispensabile e viene creato di default sulla base degli stili scelti per le varie parti del testo.

A questo proposito nella Fig.40 si può osservare la formattazione grazie alla quale è stato generato l'indice navigabile dell'eBook.

1. Nella **sezione (1)** viene impostato il titolo del sommario e lo stile da dare al titolo.
2. Nella **sezione (2)** vengono selezionati gli Stili di paragrafo che InDesign dovrà utilizzare per creare il TOC.
3. Nella **sezione (3)** viene impostato lo stile da dare alle voci per ciascuno Stile di paragrafo aggiunto al punto (2).
4. Nella **sezione (4)** viene creato l'ancoraggio testo nel paragrafo sorgente.

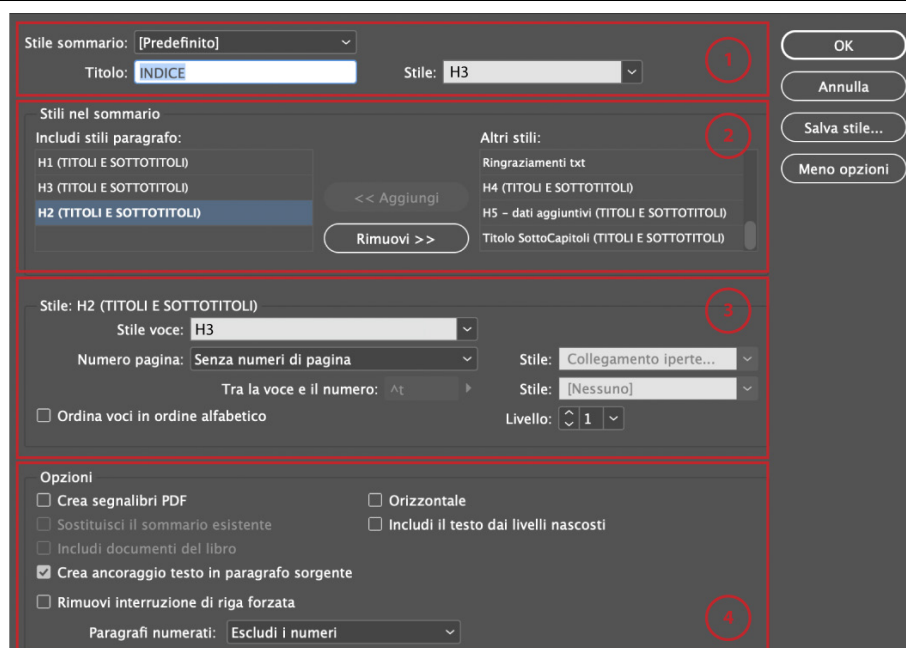


Fig.40 - Indice (formattazione)

Una volta impostata la formattazione del sommario l'indice potrà essere inserito fisicamente all'interno del eBook, però da un punto di vista pratico è sempre consigliato inserire l'indice navigabile generato di default da InDesign e visualizzabile solo cliccando sull'apposito pulsante del reader. Questa opzione del TOC viene predefinita nella sezione **“Sommario per navigazione”** una volta esportato il file (Fig.41).

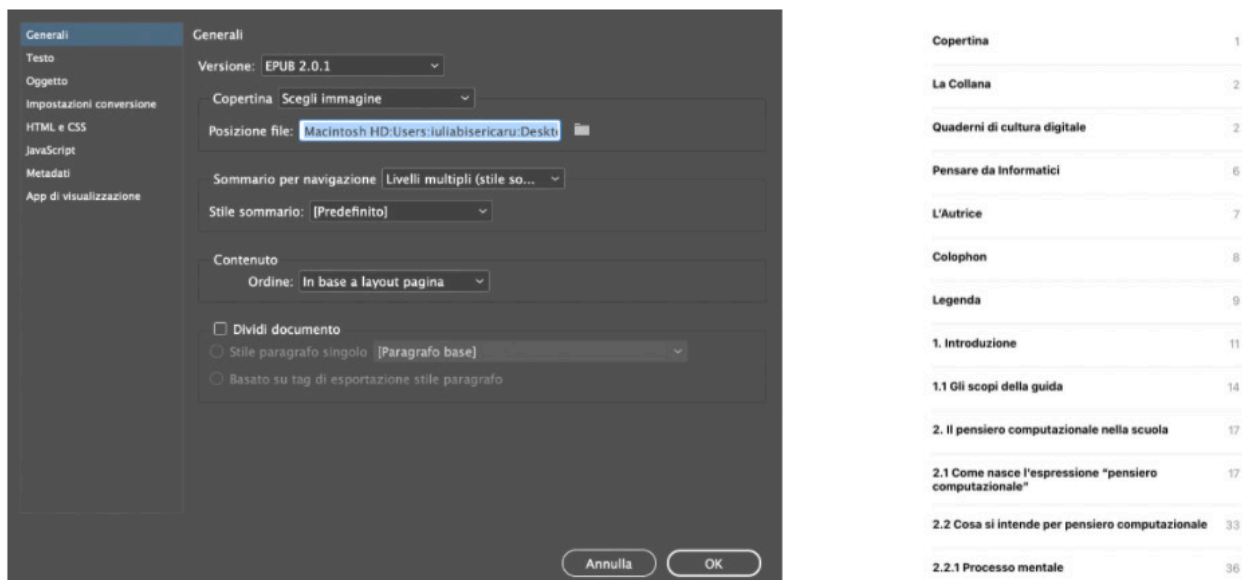


Fig.41 - Indice (formattazione)

3.3.5 L'Elaborazione dei grafici, delle immagini e delle tabelle

Immagini, grafici e tabelle sono tutti elementi integranti di un libro sia esso cartaceo che digitale. Ma quando si tratta di un ePub a layout liquido questi elementi possono creare non poche difficoltà.

Nella produzione di un eBook le immagini vengono inserite all'interno del documento con la funzione inserimento. Una volta posizionate nel punto desiderato, le immagini vanno ancorate al testo, solo così sarà possibile avere la certezza che non si stacchino andando a giro in modo non controllato. Anche nella scelta della posizione bisogna procedere con molta accuratezza perché in un ePub a layout fluido le immagini inserite in mezzo al testo possono portare a una pessima formattazione del testo a video. Per evitare questo rischio le immagini dovranno essere posizionate solo all'inizio o alla fine di un capitolo. Nel caso in cui ci fosse un numero troppo elevato di immagini da inserire, può essere valutata l'opzione di unire più immagini in un'unica immagine e ancorarla al testo su una pagina a sé inserendo l'opzione **“Interruzione di pagina”** (Fig.42).

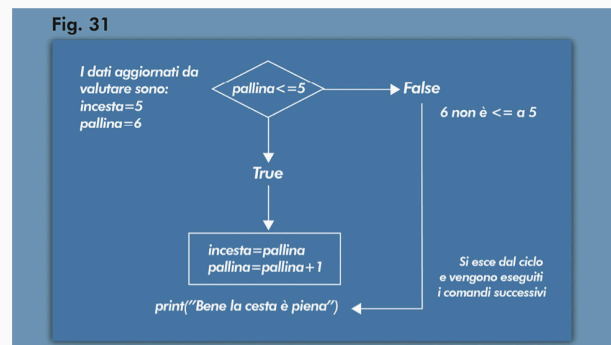
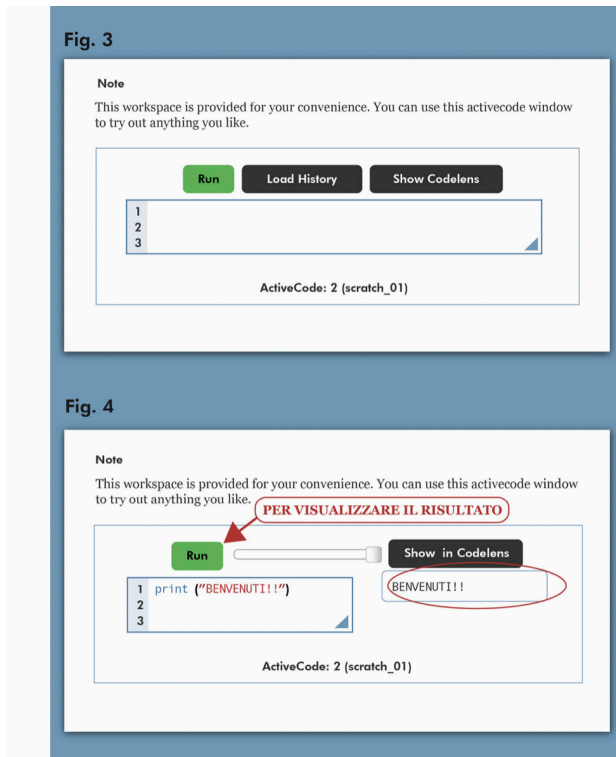


Fig. 32

```

istruzione_precedenti
lista=[e1. e2. e3. e4]
for elemento in lista
  istruzione_1
  istruzione_2
  ...
  istruzione_n
  istruzioni_successive
  
```

Per ogni elemento della lista vengono eseguite le istruzioni

Fig. 33

```

amici=["Alberto", "Sara", "Mattia", "Emma", "Margherita"]
for nome in amici:
  saluto="Ciao "+nome+"! Come stai?"
  print(saluto)

print("Ho salutato tutti?")
  
```

Fig.42 - Immagini raggruppate in una sola immagine

Anche le tabelle sono un argomento delicato per quanto riguarda la lettura sugli e-reader quindi è sempre meglio trasformarle in immagini e inserirle nel testo come tali ancorandole ad esso.

Immagini, grafici o tabelle sono tutti elementi che dovranno essere rielaborati se si desidera ottenere un layout graficamente funzionale. Un volta che il manoscritto viene consegnato, a meno che non sia completamente testuale, sarà fornito di una serie di grafici, immagini e tabelle sicuramente non omogenee da un punto di vista dei colori (a meno che l'autore non abbia un buon occhio grafico al riguardo). Quindi sarà assolutamente necessario conferirgli una linea comune, da un punto di vista grafico, anche a questi elementi che spesso vengono riportati nei testi solo a scopo illustrativo o informativo (Fig.43 e Fig.44).

Iterazione	Dati aggiornati	Condizione pallina <= 5	Risultato condizione	Ripeti iterazione
1	incesta=0 pallina=1	1<=5	True	si
2	incesta=2 pallina=3	3<=5	True	si
3	incesta=3 pallina=2	4<=5	True	si
4	incesta=4 pallina=5	5<=5	True	si
5	incesta=5 pallina=6	6<=5	False	No

Iterazione	Dati aggiornati	Condizione palline <= 5	Risultato condizione	Ripeti Iterazione
1	incesta=0 pallina=1	1<=5	True	Si
2	incesta=2 pallina=3	3<=5	True	Si
3	incesta=3 pallina=2	4<=5	True	Si
4	incesta=4 pallina=5	5<=5	True	Si
5	incesta=5 pallina=6	6<=5	False	No

Fig.43 - Esempio rielaborazione tabella
(a sinistra la tabella fornita dall'autore a destra la nuova versione rielaborata)

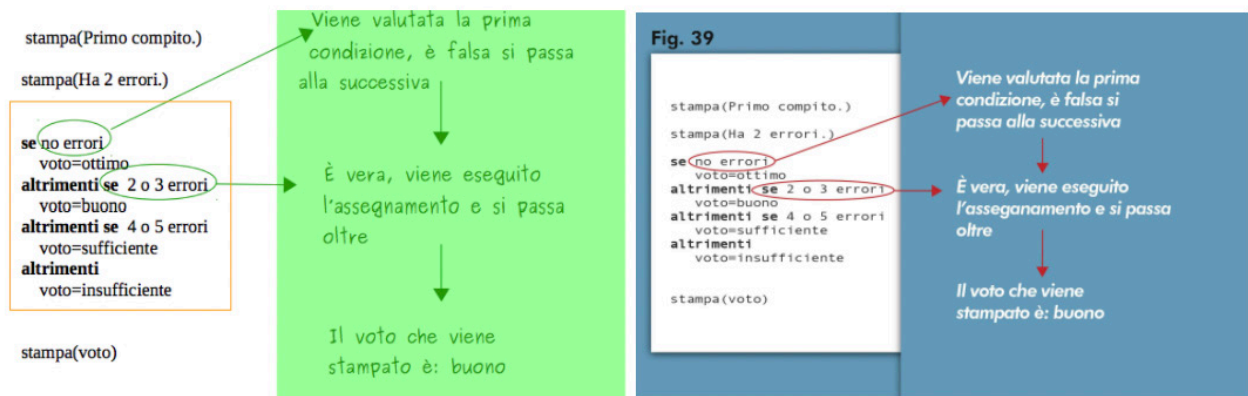


Fig.44 - Esempio rielaborazione grafico
(a sinistra il grafico fornita dall'autore a destra la nuova versione rielaborata)

All'interno del file tutte le immagini dovranno essere inoltre inserite avendo attiva l'opzione "zoom to fit page", in questo modo l'immagine si adatterà automaticamente alla grandezza dello schermo su cui viene visualizzata e potrà essere cliccata dal lettore ed ingrandita. Con InDesign questa opzione viene attivata in automatico una volta che l'immagine è stata ancorata nella posizione desiderata.

3.3.6 Collegamenti ipertestuali e rimandi

Un collegamento ipertestuale è un rimando unidirezionale presente in documenti elettronici che collega parti di testo, immagini ecc. ad altre parti di testo nel documento stesso o ad altri documenti o a siti Web. Seguendo due procedimenti distinti i rimandi possono essere creati sia in andata che in ritorno (Fig.45), consentendo così al lettore di passare a sezioni correlate e di tornare indietro con un solo click. In un eBook per esempio le note non si trovano a piè di pagina ma vengono di solito inserite in una pagina a sé a fine documento. Per poter collegare la nota di riferimento al paragrafo sorgente e viceversa

vengono utilizzati i rimandi.

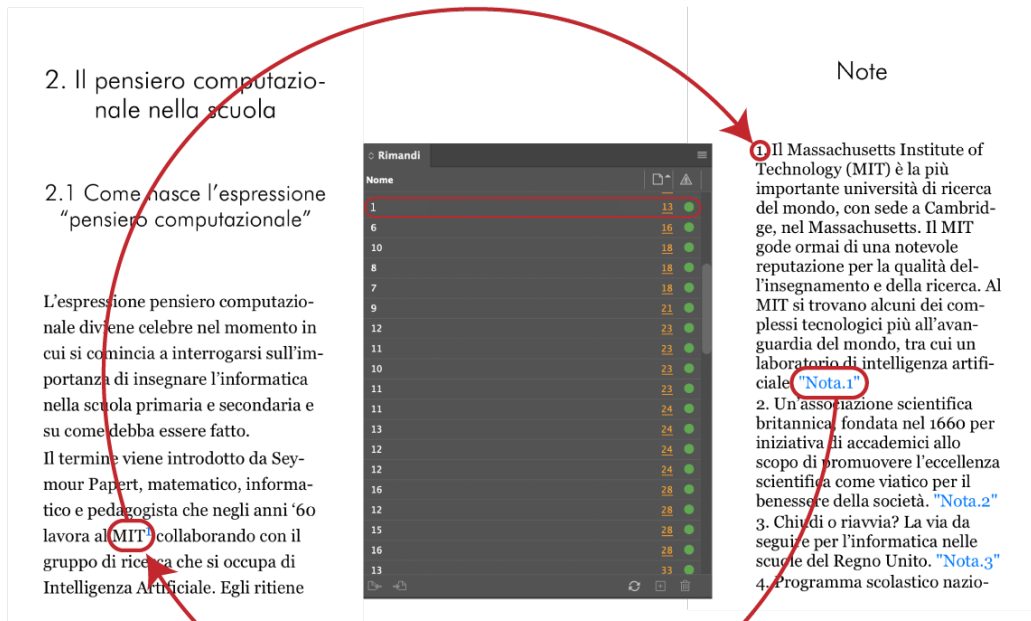


Fig.45 - Rimandi (dal paragrafo sorgente alla nota di riferimento e dalla nota di riferimento al paragrafo sorgente)

Per inserire un rimando dal paragrafo sorgente alla nota di riferimento (quindi in andata) bisogna spostare il cursore sulla nota desiderata, selezionarla e poi accedere dal menu "Testo" di InDesign alla voce "Collegamenti ipertestuali e rimandi" per poi scegliere l'opzione "Inserisci rimando" (Fig.46).

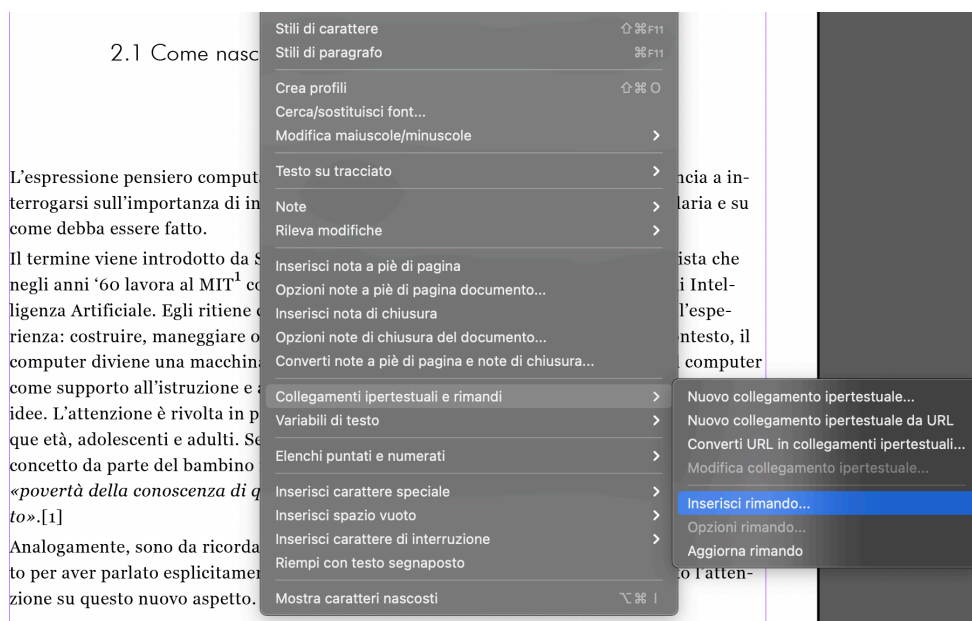


Fig.46 - Inserimento Rimando

Una volta selezionata la voce “Inserisci rimando” si aprirà la finestra di dialogo da dove è possibile gestire la formattazione del rimando (Fig.47).

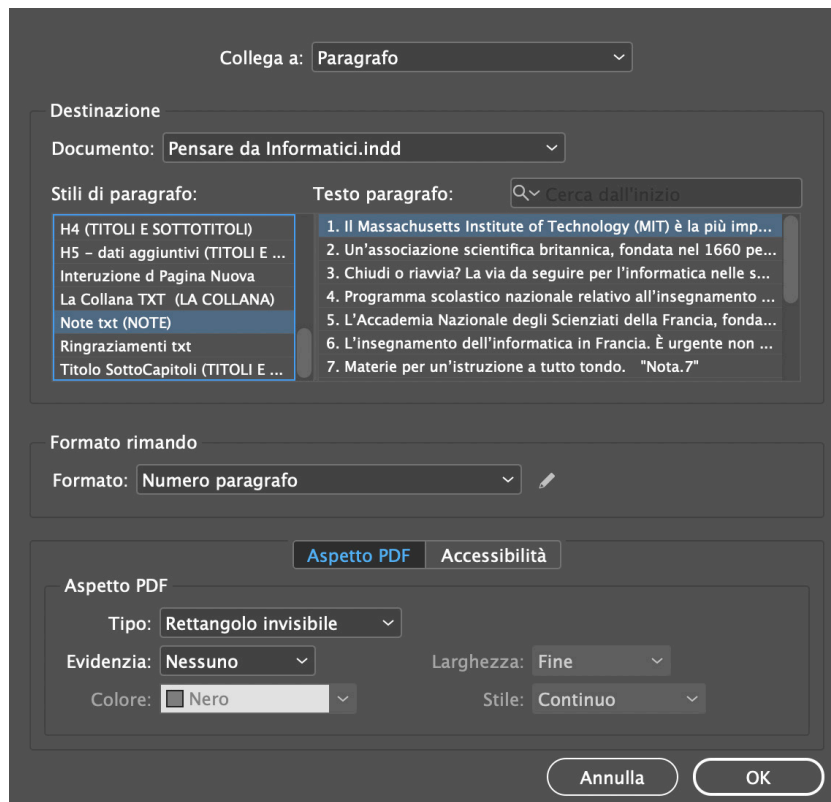


Fig.47 - Rimandi (formattazione)

Aperta la finestra di dialogo sarà possibile collegare il paragrafo desiderato alla nota di destinazione. Questo collegamento avverrà solo grazie allo stile di paragrafo che è stato assegnato al contenuto testuale delle note perché una volta scelto nel box a sinistra lo “Stile di paragrafo” di riferimento (che in questo caso sarà “Note txt”) sarà visibile nel box a destra il testo che presenta la formattazione dello stile di paragrafo selezionato e quindi sarà possibile scegliere il numero del paragrafo da associare alla nota sorgente (in questo caso la nota uno sarà collegata al paragrafo numero uno presente nel blocco di testo “Note”). Proseguendo nella finestra di dialogo, nella sezione “**Formato rimando**” è stato scelto il formato del rimando che verrà riportato nel paragrafo sorgente e che in questo caso sarà il **numero del paragrafo** (ottenuto grazie alla formattazione “Elenchi puntati e Numeri” assegnata allo stile di testo “Note txt” e “Bibliografia txt”). Lo stesso procedimento sarà valido anche per l’inserimento dei rimandi in andata alle note bibliografiche, presenti anch’esse a chiusura del documento.

Per quanto riguarda invece il rimando che va dalla nota di riferimento al paragrafo sorgente (cioè il rimando di ritorno) la procedura cambia. Per iniziare bisogna spostare il cursore sulla nota sorgente e selezionarla. Una volta selezionata dobbiamo accedere al menu “**Finestra**” seguire sulla voce “**Interattività**” e cliccare l’opzione “**Collegamenti**

ipertestuali". In seguito si aprirà la console di controllo "Collegamenti ipertestuali" da dove si potrà accedere all'opzione "Nuova destinazione collegamento ipertestuale..." (Fig.48).

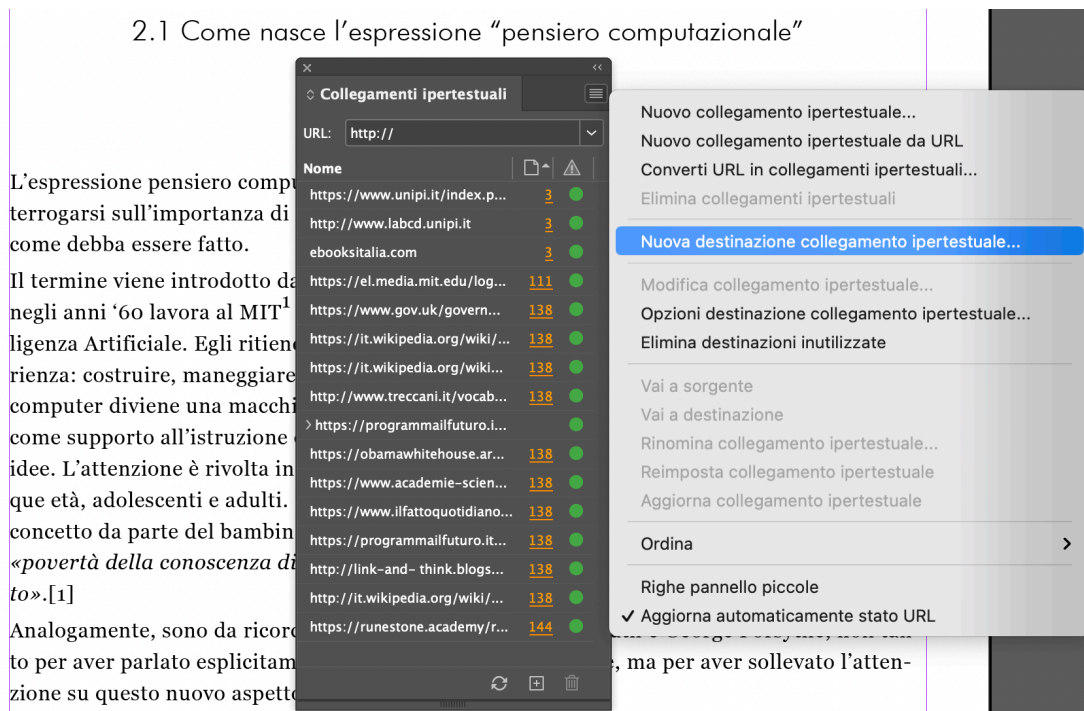


Fig.48 - Rimandi con ancoraggio testo

Cliccando sulla voce "Nuova destinazione collegamento ipertestuale..." si aprirà la finestra di dialogo (Fig.49) dove la nota sorgente potrà essere memorizzata dal software con il nome "Nota.1" di tipo "Ancoraggio testo".

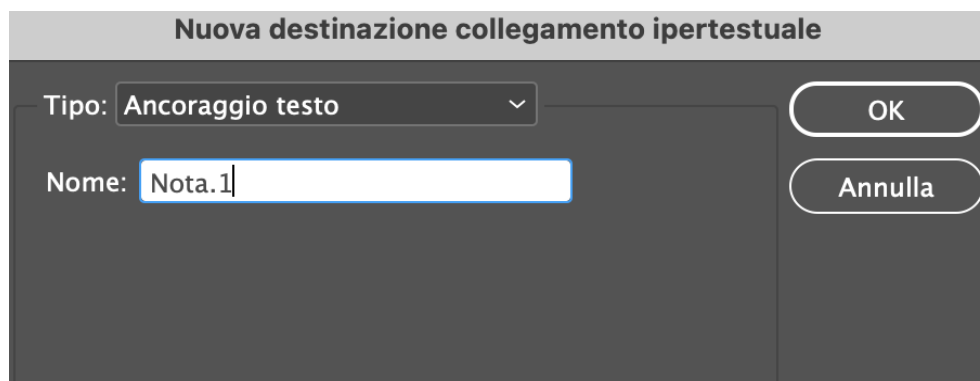


Fig.49 - Ancoraggio testo

In seguito sarà necessario spostare il cursore alla nota di riferimento corrispondente al paragrafo sorgente dove potrà essere inserito il rimando di ritorno. Per procedere bisognerà posizionare il cursore nella posizione più adatta (per esempio alla fine o all'inizio del paragrafo desiderato) fare clic destro sul mouse per selezionare la voce "Interattività" e poi "Inserisci rimando" (Fig. 50) che aprirà una finestra di dialogo.

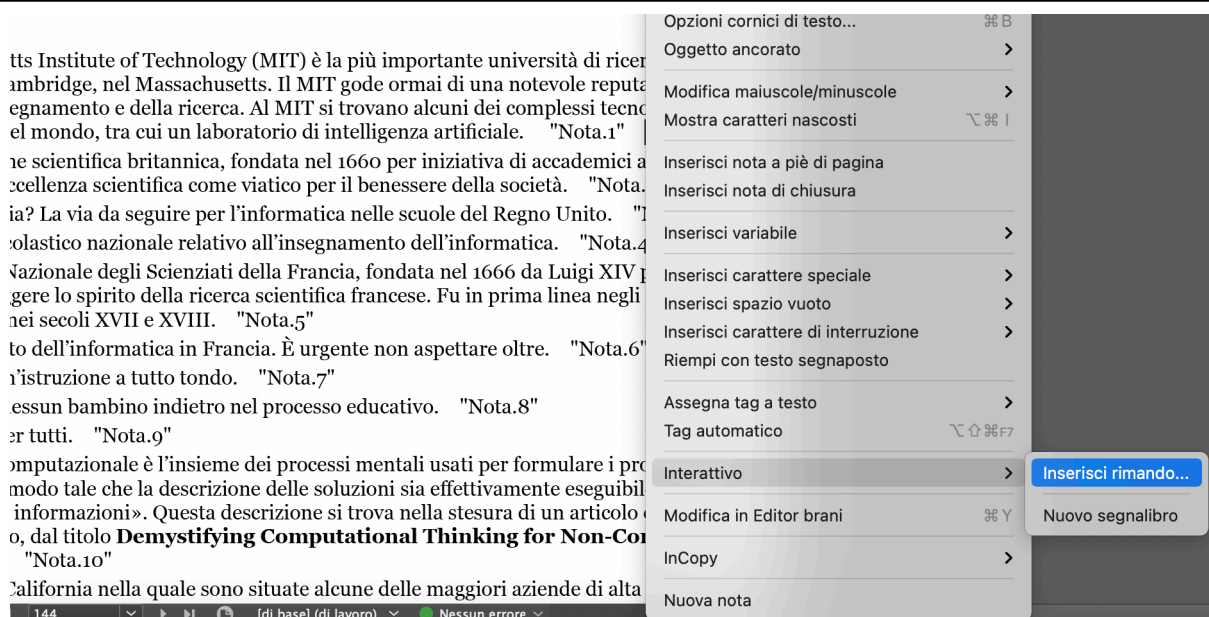


Fig.50 - Inserisci rimando

Aperta la finestra di dialogo potremo selezionare nella casella “**Collega a:**” il tipo di rimando (quindi “Ancoraggio testo”). Una volta selezionato il tipo sarà possibile visualizzare tutti gli elementi memorizzati come ancoraggio testo. Scorrendo la tendina si potrà cercare e selezionare il nome dell’ancoraggio testo necessario per il rimando, in questo caso specifico si tratterà della “**Nota.1**” (Fig.51), che sarà riportato nel punto esatto a dove è stato posizionato il cursore.

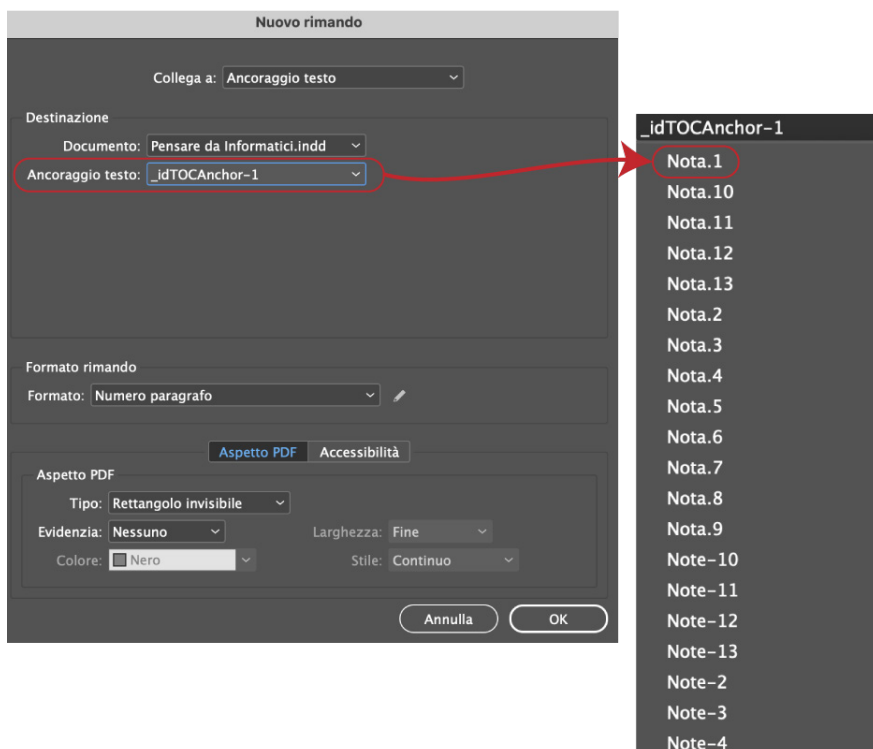


Fig.51 - Rimando (ancoraggio testo)

I rimandi inseriti saranno visualizzati a video, una volta esportato il documento, come collegamenti ipertestuali e daranno la possibilità al lettore di navigare all'interno dell'eBook. Oltre però ai rimandi troveremo all'interno di un eBook anche altri collegamenti ipertestuali ottenuti inserendo gli indirizzi URL all'interno del testo. Per rendere gli indirizzi URL degli hyperlink bisogna selezionare l'intera riga di testo fare clic destro con il mouse e una volta aperta la tendina selezionare la voce **“Collegamenti ipertestuali”** per poi scegliere l'opzione **“Nuovo collegamento ipertestuale da URL”** (Fig.52).

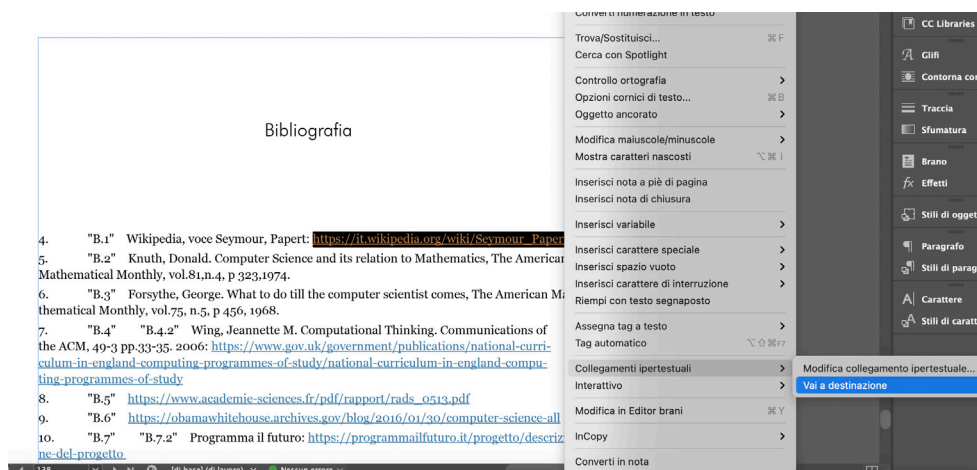


Fig.52 - Collegamenti ipertestuali (hyperlink)

Così facendo il link sarà visualizzato a video dal lettore come un collegamento ipertestuale che rimanda alla pagina web di destinazione.

Per essere certi che i collegamenti ipertestuali ed i rimandi inseriti all'interno del documento funzionino adeguatamente bisogna aprire la console di controllo. Se tutte le righe vengono accompagnate dal cerchio verde significa che tutto funziona adeguatamente. Nel caso qualcosa non funzionasse adeguatamente il software evidenzierebbe la riga interessata con il cerchio rosso (Fig.53).

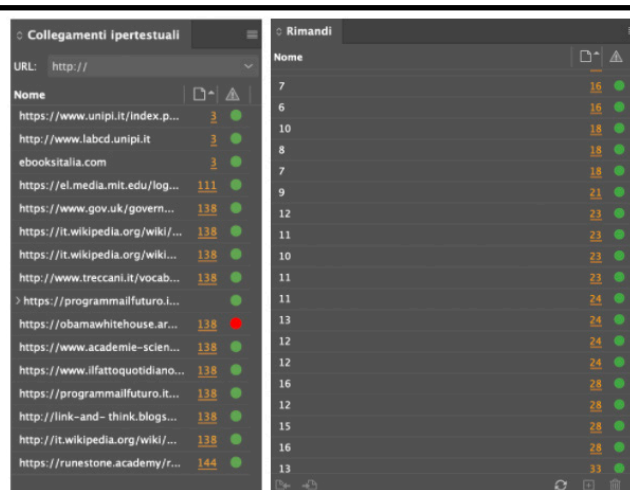


Fig.53 - Console di controllo

Se un collegamento ipertestuale risultasse non funzionante bisognerà controllare e capire il motivo del problema per poter procedere alla sua risoluzione.

3.3.7 L'importanza di seguire le linee guida

Tutti gli aspetti sopra evidenziati sono essenziali a fine di ottenere un **layout** dal design ordinato e fruibile. La scelta del **carattere tipografico** originale, la creazione di un **indice navigabile**, la creazione mirata degli **stili di testo**, la **suddivisione** corretta in **capitoli e sottocapitoli**, l'utilizzo dei **collegamenti ipertestuali** e l'**elaborazione grafica** delle **immagini**, dei grafici o delle tabelle sono tutti aspetti importantissimi nell'impaginazione e la produzione di un eBook.

Possiamo quindi affermare che solo grazie a un buon lavoro di formattazione sugli elementi sopra enumerati sarà possibile ottenere un lavoro di qualità e pronto da distribuire sul mercato.

4. Monografie

Come già ampiamente riportato nei capitoli precedenti, questa tesi ha come obiettivo quello di sviluppare una grafica editoriale appropriata alla pubblicazione della collana di libri istituzionali “Quaderni di cultura digitale”.

La collana ospiterà brevi monografie sugli strumenti e le ricerche nell’ambito dell’informatica umanistica, emerse dal lavoro di docenti e studenti che collaborano con il Laboratorio stesso. Con la pubblicazione delle monografie si propone di sostenere una più larga diffusione della cultura digitale, intesa come il campo che vede interagire e collaborare le discipline umanistiche e alcuni settori dell’informatica.

Per quanto riguarda il lavoro della tesi in essere si è concentrata sulla pubblicazione e lo sviluppo grafico della prima monografia di questa collana intitolata “Pensare da informatici” e su alcuni esempi legati alla pubblicazione della seconda monografia intitolata “Semantic Web”.

4.1 La Prima Monografia

Con la monografia “**Pensare da Informatici**” scritta da Elisa Iacopini si apre la nuova collana di ebook “Quaderni di cultura digitale” realizzata a cura del Laboratorio di Cultura Digitale dell’Università di Pisa (<http://www.labcd.unipi.it>) ed edita dalla casa editrice Simo- nelli editore (<http://www.ebooksitalia.com>).

Questa prima monografia che verrà introdotta vuole essere una guida a una materia di insegnamento recentemente introdotta nelle scuole dell’obbligo, il “pensiero computazionale” inteso come capacità di pensare “come fanno gli informatici” quando sviluppano un software. La guida, tramite l’uso del linguaggio di programmazione Python, può diventare lo strumento giusto per aiutare a sviluppare competenze ormai indispensabili, avvicinarsi in modo consapevole e maturo al mondo dell’informatica e ad imparare a ragionare “come ragionano i computer”.

Per la produzione dell’eBook della prima monografia è stato fornito un manoscritto ancora tutto da ripulire e quindi non pronto per la sua formattazione dal punto di vista grafico. A questo proposito è stato necessario proseguire iniziando il lavoro con la revisione del testo per poi procedere al suo sviluppo grafico editoriale.

4.1.1 Revisione del testo

Per strutturare il primo manoscritto in formato eBook è stato fornito un file .docx. Pertanto per proseguire con la formattazione del manoscritto nel programma di produzione editoriale è stato necessario revisionare l’intero testo.

La revisione del testo è iniziata partendo dall'editing del manoscritto, correggendo le parti che erano state indicate, dalla tirocinante che (sotto la supervisione del professor Theo Van Boxel e della prof.ssa Nicoletta Salvatori) aveva seguito la parte di editing del testo, come da eliminare, cambiare o modificare. Ogni indicazione di modifica ha richiesto controlli anche con l'autore per poter cancellare in totale sicurezza i paragrafi segnati come "da eliminare" o modificare là dove c'era richiesta la modifica (Fig.54).

concreta e concisa l'essenza del pensiero computazionale:
~~Gli astronauti a bordo del modulo lunare hanno~~ il filtro per la purificazione dell'aria a bordo del modulo lunare è stato danneggiato; e gli esperti del centro di controllo devono risolvere il problema costruendo un nuovo filtro con il materiale a disposizione nel modulo lunare, e successivamente fornire agli astronauti le istruzioni per assemblare il nuovo filtro. In questo caso gli esperti del centro di controllo devono ragionare come un informatico:

- valutano ed elaborano il problema
- collaborano per raggiungere l'obiettivo
- forniscono agli astronauti le istruzioni precise, ossia l'algoritmo, per costruire il nuovo filtro
- in un linguaggio che devono essere in grado di comprendere.

Per esprimere in maniera concreta e concisa l'essenza del pensiero computazionale, solitamente viene presa in considerazione una sequenza del film Apollo 13 dove gli esperti della Nasa aiutano i membri del modulo lunare a risolvere il problema del filtro per la purificazione dell'aria danneggiato(forse fare link al video?).

Ma ciascuno di noi si può trovare in situazioni inaspettate, non occorrono condizioni stravaganti. Valutiamo il caso in cui ci vengono chieste informazioni per raggiungere un determinato luogo, una semplice ipotesi in cui chiunque può trovarsi. Oggi gli smartphone hanno il monopolio di ogni sorta di indicazione, tuttavia potrebbe capitare che qualcuno non possieda uno smartphone oppure che si verifichino problemi di rete, in tali circostanze mettiamo in atto un processo risolutivo:



Fig.54 - Manoscritto Prima Monografia

Dove le indicazioni erano chiare la revisione del testo era quasi istantanea, mentre in alcuni punti bisognava capire le indicazioni da seguire passo per passo o chiedere conferma all'autrice dove la questione sembrava rimasta in sospeso (fig.55).

3.1 Dall'algoritmo al programma

Il concetto di pensiero computazionale è correlato al concetto di **algoritmo**. Il termine **algoritmo** deriva dalla trascrizione latina del nome del matematico persiano al-Khwarizmi, vissuto nel IX secolo D.C., che è considerato uno dei primi ad aver introdotto il concetto di algoritmo scrivendo il libro Regole di ripristino e riduzione [20].



Fig.55 - Manoscritto Prima Monografia

Alcuni capitoli completamente rifatti dall'autrice sono stati condivisi in un foglio di lavoro Word separato (vedi Fig.56), perciò per rimettere insieme tutte le parti è stato necessario controllare e cancellare le parti dove bisognava inserire il testo condiviso dall'autrice. Lo

stesso procedimento è stato eseguito anche con gli esercizi, riportati ognuno in un file separato sempre di Word (vedi Fig.57). Queste modifiche hanno richiesto un controllo minuzioso non solo delle note a piè di pagina ma anche delle note bibliografiche che hanno subito, durante il processo di revisione, alcuni cambiamenti di numerazione.



Fig.56 - Altri Capitoli Manoscritto



Fig.57 - Esercizi Manoscritto

Il manoscritto, una volta ripulito ed assemblato, è stato inserito nel foglio di lavoro InDesign così da poter procedere alla sua formattazione rispettando le linee guida delle scelte stilistiche precedentemente introdotte.

4.1.2 Formattazione del testo

Per poter procedere con la formattazione del manoscritto è stato creato un nuovo documento di lavoro InDesign che consente l’inserimento del file .docx ripulito. Una volta inserito il testo all’interno del nuovo foglio di lavoro InDesign è stato possibile procedere alla sua suddivisione definitiva in capitoli e sottocapitoli inserendo l’opzione “Interruzione di pagina” a fine di ognuno di essi, così da farli cominciare sempre da una pagina nuova. In più si è provveduto anche all’inserimento delle pagine dedicate ai seguenti elementi: la copertina (Fig.58), il frontespizio, la descrizione della collana, il colophon, la biografia dell’autore, la leggenda e l’indice interno al documento (vedi sottocapitolo 3.3).

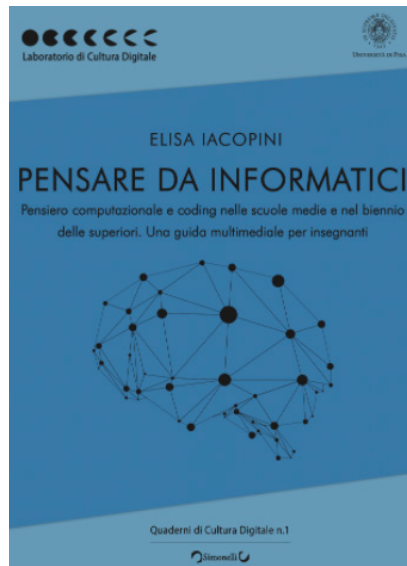


Fig.58 - Copertina

Dopo aver suddiviso accuratamente il testo si è proseguito con la sua formattazione, assegnando ad ogni parte che lo compone lo stile di testo appropriato (ad esempio al titolo di un capitolo principale è assegnato lo stile di paragrafo intitolato “H1” mentre al sottotitolo a seguire è assegnato lo stile di paragrafo “H2” e via scendendo nella gerarchia). Riguardo il testo generale è stato assegnato lo stile di paragrafo “<p>”; ecc.). Ognuno degli stili assegnati contiene già gran parte delle impostazioni inserite al fine di sviluppare il layout grafico desiderato.

Proseguendo con la formattazione sono state inserite le immagini appartenenti al testo ma che sono state ricreate ex novo con Illustrator per rispettare la linea grafica generale pensata alla sua pubblicazione (Fig.59).

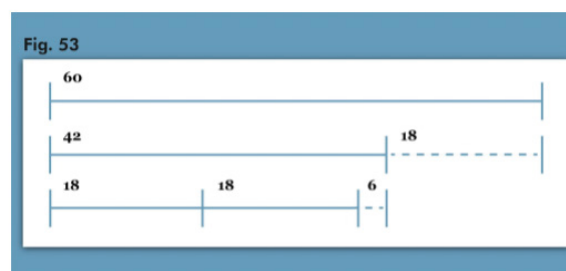


Fig 59 - Esempio di grafico ricreato con Illustrator e salvato in formato .jpg

Complessivamente le immagini presenti nel testo, ricreate ad-hoc attraverso Illustrator, sono 94; ognuna di essa esportata in formato **.jpg** con un peso massimo **3-600 kb**. Per via del grande numero di immagini da inserire e considerando il fatto che non possono essere posizionate all’interno del testo ma solo a inizio o fine capitolo o sottocapitolo mol-

te di queste immagini sono state raggruppate in un foglio unico ed inserite all'interno del documento in pagine a sé, prevedendo la dove necessario nel testo la dicitura “vedi Fig. ...”. Sempre per quanto riguarda le immagini che riguardavano pezzi di codice, là dove è stato possibile e di comune accordo con l'autrice, si è deciso di trasformarle in paragrafi di testo (Fig.60).

Stile di testo “Campo di testo H”

Fig. 42

```

#Proprietà associativa
def associativ1(a, b, c):
    somma1=b+c
    somma2=a+somma1
    print("La somma di "+a+","+b+","+c+" è "+somma2+".")
    return somma2 #la funzione restituisce un risultato
def associativ2(a, b, c):
    add1=a+b
    add2=add1+c
    print("La somma di "+a+","+b+","+c+" è "+add2+".")
    return add2 #la funzione restituisce un risultato
def confronta (s1, s2):
    if somma2==add2:
        print("Il risultato dell'addizione non cambia.")
    else:
        print("Sono stati inseriti addenti diversi.")
#Chiamate di funzione
#il risultato di associativ1 viene assegnato a s1
s1=associativ1(6,2,3)
#il risultato di associativ2 viene assegnato a s2
s2=associativ2(6,2,3)
#la funzione confronta viene applicata ai risultati
confronta (s1,s2)

```

La **funzione associativ1** elabora e visualizza il calcolo di $a+(b+c)$, e come risultato restituisce la variabile somma:

- 1) alla variabile somma1 viene assegnato il valore di $b+c$;

- 2) alla variabile somma2 viene assegnato il valore di $a+somma1$;
- 3) la funzione restituisce il valore di somma2;

La **funzione associativ2** elabora e visualizza il calcolo di $(a+b)+c$, e come risultato restituisce la variabile *add2*:

- 1) alla variabile add1 viene assegnato il valore di $a+b$;
- 2) alla variabile add2 viene assegnato il valore di $add1+c$;
- 3) la funzione restituisce il valore di add2;i

L'ultima **funzione (confronta)** fa la coparazione tra i risultati delle due precedenti per mostrare che con la proprietà associativa il risultato non cambia: in questo esempio la condizione **somma==add2** è vera, pertanto viene eseguita l'istruzione del comando **if**. *La stampa del programma Proprietà_associativa.py è la seguente: "La somma di 6+(2+3) è 11. La somma di (6+2)+3 è 11. Il risultato*

Fig 60 - Esempio campo di testo (fig.42)

Una volta sviscerata e risolta la questione delle immagini, si è potuto procedere all'inserimento dei collegamenti ipertestuali per i link dei rimandi ipertestuali delle note bibliografiche e delle note a piè di pagina. Anche l'inserimento dei collegamenti ipertestuali è un procedimento strettamente legato agli stili assegnati precedentemente alle varie sezioni di testo.

Infine, non appena il documento è stato completamente impaginato è stato possibile procedere con la sua esportazione in **formato ePub** (con scorrimento testo). Per esportare il file si è dovuto accedere al menu “File” di InDesign, selezionare l'opzione “Esporta...” per poi scegliere dove salvare il file e il suo formato.

Nella finestra “Opzioni di esportazione” (Fig. 61), nell'area “Generali” è stato possibile: inserire l'immagine di copertina in formato **.jpg** (visualizzabile dagli eReader come tale) e inserire il sommario navigabile (di default) seguendo lo stile sommario predefinito nella creazione dell'indice interno al testo.

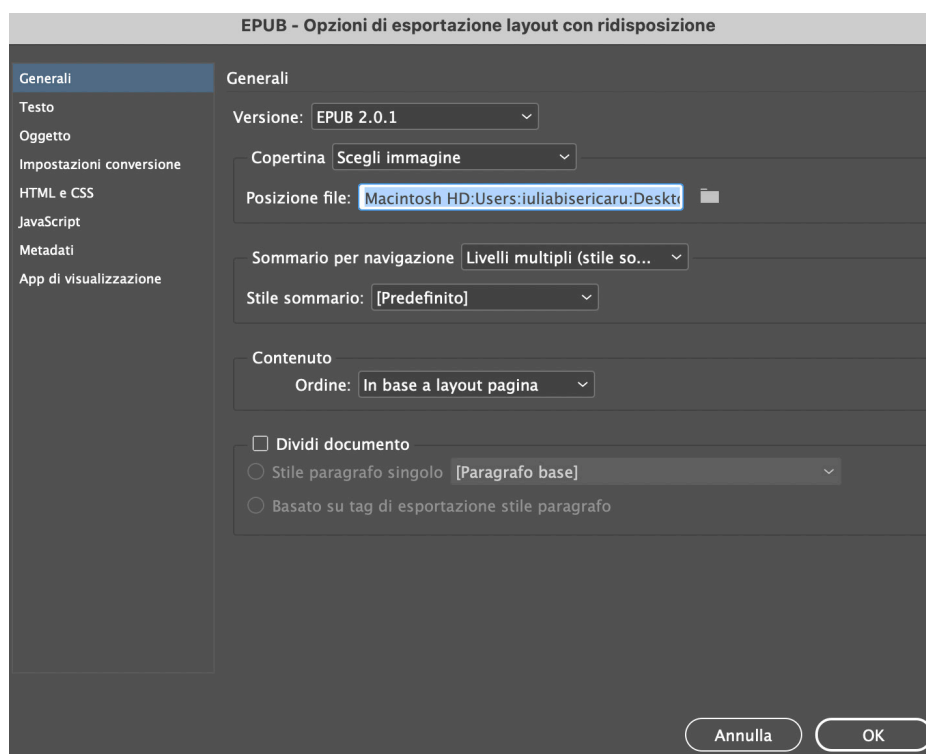


Fig 61 - Opzioni di esportazione ePub

Nell'area dedicata ai **"Metadati"** (Fig. 62) possono essere inserite tutte le informazioni specifiche al eBook creato (come dati dell'autore, titolo, collaboratori, crediti fotografici, editore, codice ISBN, data di uscita, ecc.)

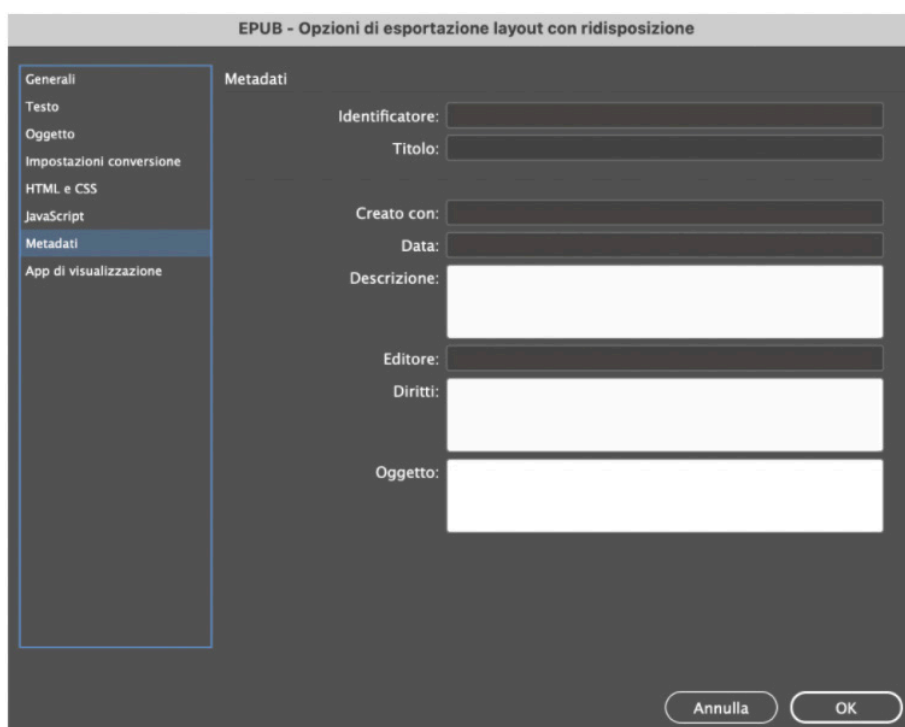


Fig 62 - Finestra di dialogo Metadati

Definiti questi ultimi aspetti il file ottenuto risulta avere un **peso** totale di **6,3 MB**. A questo punto l'eBook della prima monografia è pronto per la lettura nell'eReader desiderato (Fig. 63). A questo punto restava solo la validazione e la effettiva pubblicazione dell'ebook (Capitolo 5)



Fig 63 - Libreria eReader

Possiamo affermare che a fine di semplificare e agevolare la realizzazione di un layout grafico funzionale bisogna come prima cosa sviluppare in modo preciso e accurato gli stili di testo che saranno utilizzati nell'impaginazione dell'intero documento. Per questo possiamo concludere dicendo che gli **stili di testo** risultano essere il pilastro centrale dell'intera struttura grafica.

4.2 La Seconda Monografia

La seconda monografia della collana di ebook "Quaderni di cultura digitale" è intitolata "**Semantic Web**", testo a cura della professoressa Valentina Bartalesi e del professore Carlo Meghini.

La formattazione del testo potrà iniziare non appena il manoscritto definitivo sarà consegnato e si procederà alla realizzazione del secondo eBook della collana seguendo in linea di massima la struttura di formattazione già sviluppata per la prima monografia. Questa struttura grafica rimarrà uguale per tutte le altre pubblicazioni a venire appartenenti alla collana, salvo contenuti specifici a ognuna di esse che verranno poi valutati ed elaborati in fase di lavorazione.

Per il momento è possibile introdurre solamente, a titolo di esempio, la copertina che

era stata prevista per la seconda monografia con l'immagine (Fig.64) a essa correlata. Ovviamente, come si vedrà nel capitolo 5 anche questa copertina subirà dei cambiamenti per uniformarsi a quelli che l'editore ha voluto sulla prima monografia

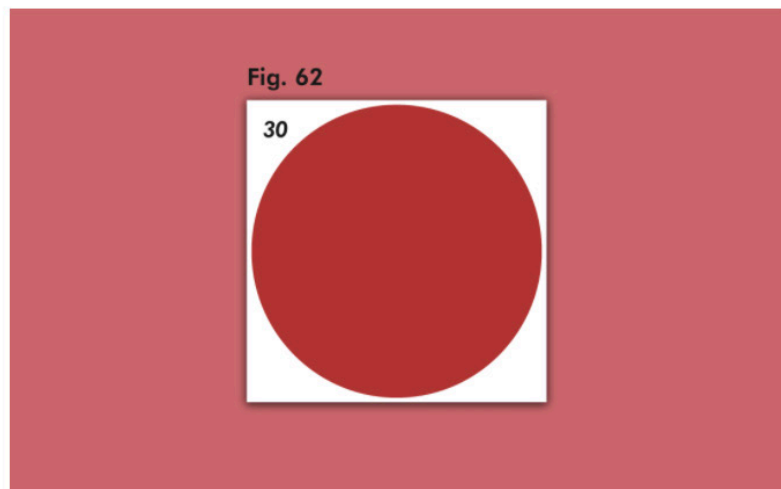


Fig 64 - Esempio copertina immagine della seconda monografia

5. La Pubblicazione

La pubblicazione in genere, rappresenta il risultato finale dell'intero processo di redazione che raccoglie tutte le fasi che sono state approfondite in dettaglio in questa tesi e inserisce finalmente e pienamente il prodotto sul mercato editoriale.

Per poter procedere alla pubblicazione, una volta definita la formattazione del testo, è necessario fornire il file esportato all'editore (in questo caso a Simonelli Editore) e attendere il suo feedback di valutazione a lavoro svolto, nonché la validazione del file. Proprio per questo si è proceduto quindi con l'invio all'editore di una bozza del documento, rimanendo così in attesa di un primo feedback relativo al lavoro svolto. Una volta presa in carico, la bozza è stata valutata dall'editore che ha poi provveduto a riportare alcuni appunti sulle modifiche da apportare:

1. Riportare i dati dell'eBook presenti nelle pagine introduttive del documento nel preciso ordine seguente: 1) Copertina; 2) Quaderni di Cultura Digitale (presentazione della collana); 3) Frontespizio; 4) L'Autrice; 5) Colophon; 6) Leggenda;
2. Lasciare solo l'indice navigabile di default ed eliminare l'indice interno al documento;
3. Verificare i link segnalati come non funzionanti in seguito alla validazione del file (Fig.65).

Type	File	Line	Position	Message
ERROR	OEBPS/Pensare_da_Informatici_xhtml	1827	224	'https://www.gov.uk/government/publications/national-curriculum-in-england-computing-programmes-of-study' is not a valid URI.
ERROR	OEBPS/Pensare_da_Informatici_xhtml	1830	156	'https://programmailfuturo.it/progetto/descrizione-del-progetto' is not a valid URI.
ERROR	OEBPS/Pensare_da_Informatici_xhtml	1831	163	'https://programmailfuturo.it/progetto/cose-il-pensiero-computazionale' is not a valid URI.
ERROR	OEBPS/Pensare_da_Informatici_xhtml	1833	283	'https://www.ilfattoquotidiano.it/2015/06/26/informatica-il-pensiero-computazionale-una-competenza-per-il-futuro/1816578/' is not a valid URI.
ERROR	OEBPS/Pensare_da_Informatici_xhtml	1835	179	'http://link-and-think.blogspot.it/2017/10/dal-coding-a-borges.html' is not a valid URI.
ERROR	OEBPS/Pensare_da_Informatici_xhtml	1836	162	'https://programmailfuturo.it/progetto/cose-il-pensiero-computazionale' is not a valid URI.

Fig. 65 - Risultato della prima validazione

Migliorare la leggibilità della copertina, procedendo con l'aumento della pesantezza del font utilizzato e sostituire il colore nero utilizzato con il colore bianco;

Modificare la disposizione e la dimensione del logo rappresentativo della casa editrice presente in copertina (rispettando le precise indicazioni dell'editore);

A seguito delle indicazioni ricevute, sono state riorganizzate le prime pagine introduttive al documento nell'ordine indicato dall'editore. È stato eliminato l'indice presente all'interno del documento e corretti i link segnalati dal programma di validazione come errati. Per ultima ma non in ordine di importanza è stata modificata la copertina, aumentando il corpo di tutti i testi, cambiando lo stile del font in bold e aggiustando il logo della casa editrice seguendo le precise indicazioni fornite (Fig.66).



Fig. 66 - Copertine rivisitate

Una volta riportate le modifiche e prima di condividere nuovamente il file con l'editore, ho personalmente eseguito una verifica preliminare alla validazione del file attraverso il software ePub-Checker. In seguito alla validazione effettuata con il software il file è risultato compatibile e privo di errori e di conseguenza pronto per essere consegnato all'editore. Preso in carico dall'editore il file è stato visualizzato e controllato e per ultimo approvato essendo considerato pronto per la pubblicazione sulle diverse piattaforme di distribuzione online, partendo da eBooksItalia (il catalogo online della Simonelli editore e proseguendo con Amazon, iTunes, Google Play, Kobo, Mondadori e Feltrinelli (Fig. 67).

Fig. 67 - La pubblicazione sulle piattaforme di distribuzione



amazon.it prime

Kindle Store

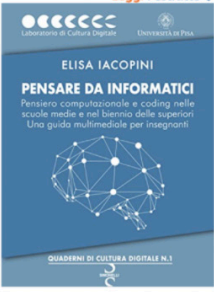
Tutte Supermercato Servizio Clienti Buoni Regalo Amazon Basics Offerte Acquista di nuovo Amazon Business Spedizione Gratuita

eBook Kindle Kindle Unlimited Prime Reading eBook Kindle in offerta Bestseller Applicazioni di lettura Kindle gratuite Compra un Kindle eBook in inglese e altre lingue Audi

buoni regalo Di' Grazie con un buono regalo Scopri di più

Kindle Store » eBook Kindle » Informatica, Web e Digital Media

Leggi l'estratto



PENSARE DA INFORMATICI: Una guida per insegnanti Formato Kindle

di Elisa Iacopini (Autore) | Formato: Formato Kindle

Visualizza tutti i formati ed edizioni

Formato Kindle
4,99 €

Leggilo con la nostra **App gratuita**

Introdotta ormai come materia di insegnamento scolastico, il "pensiero computazionale" è la capacità di pensare e agire come quando si sviluppa un software. L'informatica è una disciplina vastissima e in continuo veloce sviluppo, ma i principi fondamentali sono sempre gli stessi e possono essere facilmente appresi: procedure che realizzano obiettivi nel modo più efficiente possibile. Questa guida, tramite l'uso del linguaggio di programmazione Python, può diventare lo strumento giusto

« Leggi di più »

Lunghezza sta...	Lingua	Data di pubblic...	Dimensioni file	Scorri Pagina
162 pagine	Italiano	14 ottobre 2021	5578 KB	Abilitato

ebooksitalia

Home Generi eBook Editori Newsletter Contatto Carrello Download

PENSARE DA INFORMATICI - Una guida per insegnanti

Autore: Elisa Iacopini - Editore: Simonelli Editore



Genere: Quaderni del Laboratorio di Cultura Digitale dell'Università di Pisa
 Pagine: 67
 Anno: 2021
 isbn versione Epub: 978-88-9320-272-5

Scegli il formato ebook e compralo su Ebooksitalia

ePUB
Formato Epub
C 4,99
Aggiungi al carrello

Cerca ebook **Vai!**

Guida ai formati ebook
 Ebook in formato Pdf
 Ebook in formato Epub
 Ebook in formato Palm
 Ebook in formato Lit
 Ebook Ex Libris (formato cartaceo)

SEI UN EDITORE?
 Pubblica i tuoi ebook su Ebooksitalia!
 Tutte le info necessarie per pubblicare e vendere ebooks.

REGALA UN EBOOK?
 Scegli l'ebook da regalare e mandalo a chi vuoi con una dedica, scopri come...

Assaggi di lettura
 Ebook gratuiti da scaricare contenenti un assaggio di lettura di ebook in vendita. Ecco un elenco degli eBook gratuiti disponibili.

MONDADORI STORE

Benvenuto Accedi o registrati

Libri Self publishing eBook eReader Musica Cinema Giocattoli Idee regalo Promozioni

» eBook » eBook italiani » Informatica e Web » Linguaggi e Applicazioni



PENSARE DA INFORMATICI

Elisa Iacopini
 pubblicato da Simonelli Editore

★★★★☆ dai 1 voto

Prezzo online:
4,99 €

Formati disponibili

Ebook Kobo
 4,99 €

Acquista eBook

Aggiungi ai preferiti

Condividi
 f t w in

Leggi un estratto

La prima monografia è stata **ufficialmente pubblicata** sulle varie piattaforme di distribuzione il **19 Ottobre 2021** al prezzo di **4,99 €**, prezzo stabilito dall'editore insieme al comitato scientifico del Laboratorio di Cultura Digitale.

Conclusioni

Il lavoro descritto in maniera dettagliata in questa tesi di laurea ha tra i suoi obiettivi quello di evidenziare quanto ogni fase dell'intero processo creativo e produttivo che porta alla redazione di un testo, sia esso in forma cartacea e/o digitale, devono essere in completa armonia tra di loro. Un solo aspetto trascurato o sottovalutato può determinare irrimediabilmente il cattivo esito dell'intera pubblicazione. Tra tutti i vari aspetti evidenziati, si evince quanto la grafica abbia un ruolo di primaria importanza nella resa sul mercato di un testo.

Nell'era del digitale dove le distanze non esistono più e dove il "tutto e subito" impone dei tempi sempre più ristretti, è necessario ogni sforzo per attirare l'attenzione e la curiosità di un cliente bombardato da moltissimi stimoli sia nel mondo reale che in quello digitale. Il potenziale lettore che entrerà in contatto con il nostro libro gli dedicherà probabilmente pochissimi decimi di secondo, prestando attenzione, almeno nei primi momenti, esclusivamente a ciò che percepisce visivamente nell'immagine di copertina. Qualora quest'ultima non risultasse abbastanza accattivante da catturare l'attenzione del lettore, trattenendolo su di essa, il lavoro dell'autore risulterebbe in pochi attimi vanificato. Quindi l'obiettivo di ogni grafico editoriale è quello di convincere un potenziale lettore, grazie alla copertina il suo colore e la sua titolazione, a selezionare il libro per poi rimanerne incuriosito nell'approfondire il contenuto.

Attraverso questo lavoro di tesi è stato possibile evidenziare l'importanza e la complessità della grafica editoriale nel processo di pubblicazione di un libro, al fine di realizzare un prodotto valido e pronto alla sua diffusione sul mercato. Si è optato per una **linea grafica semplice, moderna e accattivante**. Questa linea grafica ha permesso poi lo sviluppo della copertina dell'intera collana di libri nonché l'impostazione del layout interno. Infine, tutto il lavoro svolto ha visto come risultato finale la pubblicazione della prima monografia appartenente alla collana. L'eBook ottenuto, una volta validato dall'editore, è stato infatti già inserito nel circuito distributivo online che parte da eBooksItalia e che si espande su Amazon, iTunes, Google Play, Kobo, Mondadori e Feltrinelli. È stato inoltre realizzato, dall'editore, il comunicato stampa e organizzata, a fine promozionale per il lancio della Collana, la registrazione in collegamento video della puntata del *talk* "Il Salotto delle Idee di Simonelli Editore", puntata da programmare online su Facebook, YouTube e Vimeo con la prof.ssa Enrica Salvatori.

Il lavoro portato a termine in questa tesi dovrà essere preso come modello da seguire anche nella pubblicazione dei prossimi numeri di questa collana. Inoltre, le linee guida di formattazione riportate in questa relazione garantiranno l'identità grafica dell'intera pubblicazione ed il suo posizionamento sul mercato.

Bibliografia

1. Marshall McLuhan, *“Education in the Electronic Age”* 1970 University of Toronto, Canada;
2. Renée Stevens, *“Il Potere del Design - Imparare a pensare in modo creativo con il graphic design”*, traduzione di Anna Rizzon, 2020 Apogeo Milano, Italia;
3. Fabio Brivio, Giovanni Trezzi, *“ePub per autori, redattori, grafici”*, 2011 Apogeo Milano, Italia;
4. Franco Achilli, *“Fare grafica editoriale. Progettare il libro: storia, teorie, tecniche e processi”*, Editrice Bibliografica 2018;
5. Gavin Ambrose, Paul Harris, *“Il manuale del graphic design. Progettazione e produzione”* Zanichelli, 2° edizione, 2017;

Sitografia

1. <http://docenti.unimc.it/rosa.borraccini/teaching/2017/17542/files/storia-del-libro-e-delleditoria-2017-2018/libro-in-antico-regime-tipografico>
2. <https://infouma.fileli.unipi.it/laurea-triennale/presentazione-2/>
3. <http://www.labcd.unipi.it/laboratorio/storia-2/>
4. <http://www.labcd.unipi.it/laboratorio/>
5. <http://www.labcd.unipi.it/tutti-i-progetti/>
6. <http://www.labcd.unipi.it>
7. ebooksitalia.com
8. McLuhan, 1966 - alcune dichiarazioni rilasciate da M. McLuhan al network canadese CBC: <https://www.mattscape.com/saggio-il-futuro-del-libro-il-kindle-di-marshall-mcluhan-.html>:
9. Cultura Convergente: https://www.treccani.it/enciclopedia/cultura-convergente_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/
10. Dispensa Corso di Editing e Scritture Editoriali, prof. Nicoletta Salvatori, pg. 20 “La Cover”: https://elearning.humnet.unipi.it/pluginfile.php/288000/mod_resource/content/4/4.editingebook21.pdf
11. Georgia (carattere): [https://it.wikipedia.org/wiki/Georgia_\(carattere\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Georgia_(carattere))

Quaderni di Cultura Digitale

Progetto grafico-editoriale per una collana di monografie in formato e-Book per il Laboratorio di cultura digitale dell'Università di Pisa

Tesi Magistrale

Iulia Alexandra Bisericar