



# UNIVERSITÀ DI PISA

Corso di Laurea in Informatica Umanistica

RELAZIONE

**TECNOLOGIE DI STAMPA DA GUTENBERG AD OGGI**

**Nascita e sviluppo dei magazine**

**Candidato:** Elena Olivieri

**Relatore:** Francesco Varanini

**Correlatore:** Elvira Todaro

Anno Accademico 2009-2010

## **RIASSUNTO DEI CAPITOLI**

### **1. STORIA DELLA STAMPA**

#### **1. Le origini della stampa**

1.1 I costi della stampa

1.2 I primi stampatori

1.3 I mestieri

#### **2. La diffusione del libro**

2.1 La stampa in Europa

2.2 La stampa nel Nuovo Mondo

#### **3. Il commercio del libro**

3.1 L'organizzazione della rete commerciale in Europa

3.2 Le fiere

3.3 Il sistema dei privilegi

#### **4. Cosa viene stampato**

4.1 La produzione del Cinquecento

4.2 La stampa e la formazione delle lingue

#### **5. L'Ottocento**

5.1 I maggiori centri italiani

5.2 La nuova figura dell'editore

5.3 Le ristrettezze del mercato

5.4 Tra la fine dell'Ottocento e la Prima Guerra Mondiale

#### **6. Il Novecento**

6.1 Gli anni del fascismo

6.2 L'Italia repubblicana

6.3 Il libro di massa

## **2. INIZIO RIVISTE**

### **1. La nascita e lo sviluppo dei periodici**

1.1 I primi periodici

1.2 Le riviste italiane a fine '800

1.3 Stampa periodica nella prima metà del '900

### **2. I rotocalchi**

2.1 Diffusione del rotocalco

2.2 I rotocalchi in Italia

2.3 Gli anni Cinquanta

2.4 Gli anni Sessanta e Settanta

### **3. Gli ultimi vent'anni**

3.1 L'avvento della televisione

3.2 Rivoluzione digitale

3.3 Dagli anni '90 ad oggi

3.4 Un incerto futuro

## **3. EBOOK**

### **1. La cultura del libro**

1.1 Cos'è il libro

1.2 Il libro elettronico

### **2. L'ebook**

2.1 Tanti tentativi

2.2 Dispositivi di prima generazione

2.3 Dispositivi di seconda generazione

2.4 iPhone e iPad

2.5 La resa del testo

### **3. Gestione dei diritti e dei contenuti digitali**

3.1 Un problema sempre esistito

3.2 Il mondo digitale

3.3 I meccanismi di gestione dei diritti

3.4 Il problema della conservazione

### **4. Interattività e multimedialità**

4.1 Interattività nel libro stampato

4.2 Il libro elettronico

## **4. PERIODICI ELETTRONICI**

### **1. Introduzione agli e-journal**

1.1 Prime distinzioni

1.2 e-journal nati dalla posta elettronica

1.3 e-journal come copia della rivista cartacea

1.4 Nuovi e-journal ipermediali

### **2. Gli attori del mercato degli e-journal**

2.1 Editori

2.2 Aggregatori

### **3. Servizi e problematiche degli e-journal**

3.1 Offerta di servizi

3.2 Problematiche tecnologiche

3.3 Problematiche economiche/legali

## **5. DIRITTO INFORMATICO**

### **1. Diritto d'autore**

1.1 Nascita del diritto d'autore

1.2 Statute of Ann

1.3 Il diritto d'autore nel 1900

1.4 L'epoca del digitale

### **2. I DRM**

2.1 Il copyright

2.2 I DRM

2.3 Creative Commons

## **6. LINGUAGGIO WEB**

### **1. Scrittura online, scrittura cartacea**

1.1 Spazio e tempo

1.2 Dal cartaceo al Web

1.3 Scrivere per il Web

1.4 L'ipertesto

### **2. Web usability**

2.1 I principi dell'usabilità

2.2 Jacob Nielsen

2.3 Usabilità di Nielsen

## **7. ESEMPI DI RIVISTE**

### **1. Wired USA**

1.1 Storia di Wired

1.2 Wired in Italia

1.3 wired.com e wired.it

### **2. Internazionale: critica estetica**

2.1 Come nasce

2.2 La rivista

2.3 Il sito internazionale.it

## **8. LA MIA RIVISTA**

1. La rivista del Carnevale di Viareggio

## **Conclusioni**

## **Bibliografia**

## **RISSUNTO DEI CAPITOLI**

### **CAPITOLO 1**

Fin dalle origini la stampa nasce come un'industria retta dalle medesime leggi delle altre industrie, quindi il libro era una merce che gli uomini producevano soprattutto per guadagnarsi da vivere. Il problema consisteva nel trovare i capitali per pubblicare i libri: infatti i costi per acquistare un'officina, l'attrezzatura occorrente, i caratteri e soprattutto la carta erano piuttosto elevati, per questo spesso veniva utilizzata carta scadente. Accanto allo stampatore vi era il mestiere dell'autore: non era ancora entrato nel costume chiedere denaro al libraio in cambio della propria opera, quindi solitamente gli autori si rivolgevano a un mecenate, al quale dedicavano i propri scritti in cambio di ricompense in denaro. I diritti d'autore ancora non esistevano. È nel 1710 in Inghilterra che nasce il primo regolamento in materia di copyright, dando la proprietà dell'opera all'autore e non più al libraio. Nonostante la scarsità dei mezzi, le comunicazioni lente, il fatto che pochi uomini conoscessero i segreti della tipografia, la stampa si diffuse con straordinaria velocità prima in Europa e in seguito anche nel Nuovo Mondo. La stampa in realtà riuscì a svilupparsi in America solo quando i tipografi ebbero trovato una fonte di reddito: il giornale. Infatti gli americani si sentivano isolati e privi di contatti con il resto del mondo, quindi in America il giornale ebbe uno sviluppo più rapido che altrove.

Intanto, il commercio del libro si stava organizzando: era nata una rete commerciale con degli agenti che percorrevano le grandi e le piccole città in cerca di eventuali compratori. Nacquero così le fiere, appuntamenti fissi e luoghi d'incontro dove librai e stampatori si potevano trovare per saldare conti e pagare debiti; fra le fiere più importanti sono da ricordare Lipsia, Francoforte e Lione.

La stampa ebbe anche una parte essenziale nella formazione delle lingue: cercando di assicurarsi una clientela più vasta, gli editori sono indotti a favorire lo sviluppo del volgare, anche se il latino rimarrà ancora per molto tempo in uso, grazie al fatto di essere compreso da tutti. Alla fine del Settecento, in Italia viene affrontato il problema dell'alfabetizzazione e dell'istruzione elementare obbligatoria; si assiste ad un'espansione dell'offerta dei periodici, anche se la letteratura di intrattenimento il genere che viene preferito dal pubblico. Dal 1830 si può cominciare a parlare di seconda rivoluzione del libro, grazie alla crescita del pubblico, anche se guerre e rivoluzioni avevano rallentato il processo di innovazione. Tuttavia nella seconda metà dell'Ottocento nacquero molti giornali, come «La Nazione» «Il Corriere italiano» e «La Capitale»; il lento sviluppo interessò soprattutto il Nord e il Centro, mentre il Sud fu colto impreparato dall'aggressività delle imprese del Nord. Il problema centrale che gli editori dovettero affrontare era quello del mercato, di un vasto mercato per far fronte ai costi, ma la domanda era del tutto insufficiente, a causa dell'alto analfabetismo e dell'inelasticità del mercato.

Gli anni precedenti alla Prima Guerra Mondiale si configura come un progressivo consolidamento dell'editoria italiana. In seguito, il sistema dei media subisce una forte pressione da parte del potere fascista, ma è alla fine degli anni Trenta che arriverà la censura più aspra. Con la Seconda Guerra Mondiale la produzione libraria diminuisce, mentre si mantiene abbastanza elevata quella dei periodici.

In seguito alla guerra, il desiderio di comunicazione e di confronto delle idee si esprime nei quotidiani e nelle riviste di politica, è forte la necessità di confrontarsi con il passato; nascono anche generi quali il tascabile e il romanzo rosa.



## **CAPITOLO 2**

Le origini del giornalismo moderno possono essere fatte risalire al 1500, ma bisogna aspettare il 1660 per l'uscita a Lipsia del primo quotidiano, insieme ai primi esempi di stampa periodica a carattere non informativo. Solo dal 1800, si cominciano a differenziare quotidiani, mensili, settimanali, con un'incredibile varietà di argomenti. In Italia, ebbero un ruolo molto importante in ambito politico, a partire dal Risorgimento con La Giovane Italia di Mazzini fino al Novecento con La Critica e La Voce, a cui collaborarono alcuni dei più affermati intellettuali italiani.

Nel periodo tra le due guerre, il mondo dell'editoria mise a punto una nuova tecnica di stampa, il rotocalco, da cui prese nome un nuovo genere di periodici, che si divisero in due rami: da una parte i newsmagazine con fotografie e articoli su guerre, problemi sociali ed eventi internazionali e dall'altra riviste di pettegolezzi e scandali riguardanti il mondo dello spettacolo. Anche in Italia i rotocalchi presero piede, grazie al suo linguaggio familiare e al grande uso di immagini, tanto che relegarono da una parte l'indagine sociale, dedicandosi ad una visione del paese fatta di miss Italia, vacanze, celebrità; è da qui che prende il via la figura del paparazzo. Nascono riviste come Tempo e Oggi e femminili come Anna e Grazia, mentre per quanto riguarda il mondo politico nasce Panorama. Negli anni Sessanta, si ha una tendenza alla specializzazione, quindi appaiono sul mercato mensili di sport, natura, casa, giardinaggio, turismo, salute...

Molti periodici entrarono in un periodo di crisi a causa della diffusione nelle case della televisione ed è in questo periodo che in Italia nasce Sorrisi e Canzoni, ancora oggi il periodico più diffuso. Importante a livello mondiale, la diffusione del fumetto, il cui più grande personaggio rimane Topolino.

Negli ultimi vent'anni ci sono stati continui mutamenti nell'evoluzione dell'editoria, soprattutto grazie alla tecnologia: nel corso degli anni Ottanta nei quotidiani viene imposto l'uso del computer, le notizie possono arrivare da mille fonti diverse, con aspetti positivi quali velocità e diffusione delle notizie, rischiando però di penalizzare l'approfondimento e l'originalità. La prima fase del giornalismo online è americana: i primi quotidiani approdano in rete nel 1992, mentre in Italia nel 1995, riportando sul Web i contenuti del giornale cartaceo. Dopo il 2000 si passa da giornali online come semplici estensioni di quelle cartacee a giornali studiati appositamente per il Web. Il problema è in questo mare di notizie, immagini e commenti è trovare la via giusta per fare dell'informazione uno strumento di conoscenza e libertà. La versione online è indubbiamente più ricca, offrono link ad altri documenti per approfondimenti, ma gli articoli devono essere più brevi e semplici.

## **CAPITOLO 3**

Accanto alle versioni online di riviste e quotidiani troviamo anche quella dedicata ai libri: l'ebook. La rivoluzione in atto oggi per alcuni è paragonabile a quella di Gutenberg, tuttavia una delle critiche mosse con più frequenza è la perdita degli aspetti sensoriali, il rapporto tattile con le pagine, l'odore della carta; inoltre, un libro tradizionale è più comodo da leggere che un libro sullo schermo.

Come progenitore del libro elettronico viene indicato il Memex, ideato negli anni '40 da Vannevar Bush, una sorta di scrivania meccanizzata, in grado di facilitare l'organizzazione e la consultazione. Il passaggio del libro al mondo digitale ha come prima conseguenza la perdita della linearità e dell'idea del libro come entità autonoma e autosufficiente.

La storia dei dispositivi per libri elettronici risale ai primi anni '90, ma i primi non furono in grado di mettere in discussione il ruolo del libro tradizionale. Si arriva a strumenti quali l'iPhone e l'iPad: il primo non nasce propriamente per la lettura e in effetti non soddisfa tutti i requisiti necessari; l'iPad invece offre un programma apposito eBooks, che imita abbastanza efficacemente la sensazione visiva del libro. I formati utilizzati per la realizzazione di un ebook si basano su linguaggi di marcatura, che segnalano attraverso istruzioni le caratteristiche logiche di un documento, come dimensioni dei caratteri, i corsivi, i grassetti.

Uno dei problemi sempre esistiti è quello della pirateria: fin dagli inizi della stampa, alcuni stampatori si procuravano un esemplare di opere già pubblicate con successo e ne rivendevano le ristampe senza chiedere autorizzazione. L'autore ha sia il diritto di vedere riconosciuta la paternità intellettuale dell'opera, sia di farla circolare attraverso un editore e di seguire il processo. Il libro elettronico però può essere copiato e trasferito e l'autore è portato a far circolare la propria opera anche attraverso meccanismi non commerciali. A questo proposito nascono le licenze Creative Commons, che consentono di conservare alcuni diritti sull'opera, garantendone la libera circolazione, la copia e la modifica.

Ancora, l'idea è che gli strumenti di rete permettono agli utenti di svolgere autonomamente tutta una serie di attività che normalmente richiedevano figure di mediazione, tanto che per alcuni non servirebbero più librerie e librai. Altro aspetto da considerare è quello della conservazione: infatti da una parte la digitalizzazione può risolvere il problema della conservazione degli originali cartacei, ma si pone il problema di come conservare e rendere disponibili i file digitalizzati sul lungo periodo. Infine, caratteristica principale del mondo digitale è l'interattività sia legata ad una organizzazione ipertestuale dei contenuti, sia ottenuta attraverso l'aggiunta di elementi interattivi. Anche nel libro cartaceo si può trovare una specie di interattività, ad esempio con l'aggiunta di dvd o cd di approfondimento.

#### **CAPITOLO 4**

I magazine online prendono il nome di e-journal, che possono essere disponibili sia gratuitamente che a pagamento. Nel primo caso una rivista può essere offerta nella sua completezza oppure in maniera selettiva; i periodici con accesso a pagamento ripropongono sostanzialmente la versione stampata, anche se stanno prendendo piede gli e-journal ipermediali, innovativi nella presentazione del testo e nell'accessibilità alle immagini, ai suoni e ai link esterni. L'offerta online di periodici elettronici è ancora agli inizi e i servizi offerti sono molteplici: semplice presentazione della propria attività da parte dell'editore; elenco delle pubblicazioni disponibili per l'abbonamento; tavole dei contenuti con indici e sommari; invio di email con eventuali riassunti degli articoli; servizi per la fornitura su carta di documenti originali.

Uno degli elementi chiave su cui si confrontano gli editori è come offrire pieno accesso alle proprie riviste elettroniche sulla rete e come garantire la completa sicurezza ai propri abbonati; molti editori consentono a tutti gli utenti di prendere visione di alcuni elementi dei loro periodici, mentre il completo accesso è consentito solo a chi è abbonato tramite login e password.

Altro argomento riguarda le problematiche economiche e legali; in merito vi è parecchia confusione: il primo problema riguarda la spedizione delle immagini via Internet, cosa di difficile controllo, sulla quale non esiste una legislazione chiara.

## **CAPITOLO 5**

A proposito dei diritti d'autore bisogna fare un passo indietro: questa figura, intesa come persona che ricava un utile dalla propria opera, nasce con la diffusione della stampa, ma i diritti d'autore non erano ancora protetti: infatti quando il libraio acquistava il manoscritto, l'autore non aveva più niente a che fare con la sua opera, ma gli veniva versata una somma in anticipo. Per questo gli autori cominciarono a far stampare le loro opere per conto proprio. Data importante è il 1710, quando in Inghilterra vennero assicurati i diritti d'autore, grazie allo Statute of Ann.

L'ultima legge che istituisce la tutela delle opere d'ingegno è la n° 633 del 22 aprile del 1941; i diritti morali più importanti sono: il diritto di paternità dell'opera, cioè il diritto di rivendicare la propria qualità d'autore; diritto all'integrità dell'opera, cioè il diritto ad opporsi nel caso si voglia modificare l'opera; diritto di pubblicazione. I diritti di utilizzazione economica sono: il diritto di riproduzione, di rappresentazione ed esecuzione, di diffusione, cioè di diffondere l'opera con qualsiasi mezzo, di distribuzione, cioè di mettere l'opera in commercio e di elaborazione.

Con l'avvento del digitale le cose cambiano: l'opera viene separata dal suo tradizionale supporto fisico e diviso in un continuo flusso di numeri 0 e 1, i cui vantaggi sono: i costi bassissimi della trasmissione senza la perdita di qualità, l'utente non si deve muovere per avere il prodotto a disposizione, l'opera può essere riprodotta infinite volte senza che perda di qualità. Questo porta alla perdita dell'intermediario e il pubblico viene raggiunto in maniera diretta.

La legge del 18 agosto 2000 n°248 modifica la legge 633/41, per combattere anche via Internet la pirateria e la contraffazione; le opere sono tutelate in base alla loro natura: ogni forma di testo è tutelata dalla normativa sul diritto d'autore; i file musicali, i testi delle canzoni, i filmati si portano dietro un problema molto dibattuto, ma qualsiasi scambio di questi elementi è illegittimo; fotografie e ritratti, le opere sono dell'autore a meno di un datore di lavoro, mentre per poter esporre un ritratto è necessaria l'autorizzazione di chi è rappresentato; programmi informatici, software, codici sono anche questi protetti dal diritto d'autore. I DRM sono sistemi per la gestione dei diritti digitali, basati sulla crittografia, quindi il contenuto è leggibile solo se si è in possesso della chiave di cifratura; invece il social DRM include all'interno del file che si acquista alcune informazioni sul proprietario, così che si possa risalire a lui nel caso in cui venga fatto un uso illegale del documento. Le licenze Creative Commons invece nascono per la distribuzione gratuita delle opere di ingegno, sono di sei tipi e stabiliscono esplicitamente quali sono i diritti riservati.

## **CAPITOLO 6**

L'informazione online ha alcune caratteristiche che la rendono diversa da quella tradizionale: intanto sulla rete non ci sono problemi di spazio; il giornale cartaceo deve aspettare i tempi della distribuzione nelle edicole, mentre in rete vi è un flusso continuo e inarrestabile di notizie. Ancora, la notizia sul web non è composta solo dal testo, ma anche da foto, audio e video. Dunque, anche la scrittura deve cambiare: innanzitutto, il web richiede semplicità e immediatezza, mentre il cartaceo può permettersi una maggiore fluidità. Importante anche l'uso delle immagini che devono essere presenti in piccole dimensioni, cliccabili e ingrandibili. Bisogna inoltre fare attenzione ai contenuti mal organizzati, scritti male e pieni di errori e scegliere il linguaggio più appropriato a seconda del pubblico a cui ci si rivolge. Il testo sul web è un ipertesto con vari livelli di approfondimenti e rimandi, mentre un blocco continuo sarebbe molto faticoso da leggere. In un testo digitale il sommario è detto menù e deve essere presente in

ogni pagina anche sotto forma di link o come elenco di link che rimandano ai vari argomenti. Ma la più importante differenza fra la scrittura per il web e quella cartacea è l'ipertesto, termine coniato da Ted Nelson ([www.useit.com](http://www.useit.com)) nel 1965: per ipertesto si intende una serie di brani tra cui sono definiti dei collegamenti che consentono al lettore dei percorsi differenti; quindi è una scrittura non sequenziale, che permette al lettore di esplorare liberamente il testo. Inoltre, per il web la singola notizia si deve trovare in un'unica pagina, mentre il cambio di pagina deve coincidere con un nuovo articolo.

Per creare pagine semplici da navigare, è importante seguire i principi dell'usabilità: il punto di vista dell'utente è la prima cosa da tenere in considerazione nella progettazione di un sito web; infatti, secondo le statistiche nella metà dei casi l'utente non riesce a trovare quello che sta cercando, perché non capisce cosa fare quando si trova nella pagina. Importantissimo è cercare di evitare elementi come gif animate, sfondi psichedelici, bottoni colorati. Riguardo all'ipertesto, si possono trovare diversi tipi di link: topici, che conducono ad ulteriori informazioni riguardo all'argomento trattato; associativi, per indicare altre pagine dal contenuto simile; strutturali, per connettere tra loro diversi livelli della struttura del sito. Il massimo esponente di usabilità è Jakob Nielsen: nel suo libro parla del testo e dell'importanza di non creare pagine troppo compatte, anzi di utilizzare spazi vuoti per aiutare gli utenti nella lettura. Pur conservando lo stesso stile delle altre pagine, la Home Page deve essere strutturata in modo diverso, importante è inserirvi il nome dell'azienda o della ditta, il cui logo deve poi essere riportato anche nelle altre pagine.

## **CAPITOLO 7**

Un esempio di magazine nato cartaceo e poi passato sul web è Wired, rivista americana mensile e periodico online, i cui articoli si occupano di come la tecnologia influenza la cultura. Wired è il primo magazine ad essersi affiancato al mondo del web e delle nuove tecnologie, tanto che quando i lettori videro la copertina del primo magazine si trovarono di fronte ad una combinazione di tipografia, grafica e varie tecniche di stampa. La forza del design di Wired sta nel duo Plunkett + Kuhr: secondo Plunkett la rivista deve arrivare dal futuro per poter dare notizie dal futuro; si deve differenziare dai molti altri magazine che sono in edicola e così si è avvicinato da subito alle nuove tecniche di grafica come Photoshop: per esempio basta vedere la copertina del settembre 1995, dove O.J. Simpson viene presentato in versione "bianca"; Plunkett ricorda che negli anni '90 le immagini create con Photoshop avevano la capacità di sorprendere in un modo che oggi non ci possiamo immaginare. In effetti se ci si ferma a riflettere sulla storia del computer e sull'informatica ci si accorge come in poco più di mezzo secolo l'uomo abbia fatto passi da gigante: le prime macchine erano molto limitate, lente, inaffidabili, facili a guastarsi e con una scarsa memorizzazione dei dati. Con il tempo il processo di evoluzione portò a macchine sempre più piccole, maneggevoli, veloci, in grado di memorizzare una grande quantità di dati. Grazie a questo, sono nate grafiche sempre più complesse, colorate ed usabili ed è in questo contesto che nascono programmi e software per la grafica e il ritocco di fotografie ed immagini: Photoshop è senza dubbio il più famoso ed utilizzato, anche da Wired per la creazione delle copertine e delle pagine del magazine (esempi di copertine). Infine, Wired arriva su iPad nel 2010, con la possibilità da parte dell'utente di interagire con il magazine, anche se siamo ancora all'inizio.

## CAPITOLO 8

Ho svolto il tirocinio presso la Fondazione Carnevale di Viareggio, lavorando per l'ufficio stampa ed aiutando nell'organizzazione del Carnevale. Nel sito della Fondazione è possibile trovare gli eventi, le date, le foto dei bozzetti del Carnevale dell'anno in corso. Una sezione è dedicata all'archivio dove si trovano le immagini delle varie costruzioni, ma è tutto ciò che rimane degli anni precedenti. Oltre al sito vi è anche una rivista cartacea che unita al sito sul web arricchirebbe il sito stesso con nuove informazioni, altri contenuti, approfondimenti, sfruttando quelle che sono le caratteristiche del web. Dunque, la rivista online è ad accesso gratuito, poiché ideata come appendice del sito vero e proprio e quindi altrettanto liberamente consultabile. La rivista nei contenuti riprende la versione cartacea, con i testi rivisti per adattarli alla lettura su schermo e arricchiti da approfondimenti che rimandano ad altre pagine del web o a quelli interni al sito. Nella Home Page sono presenti i titoli degli articoli e le prime righe del testo di ognuno così da far capire all'utente quale argomento verrà trattato. In tutte le pagine è inserito il logo del Carnevale e un banner così da contestualizzare anche le pagine interne; inoltre vi è sia un link che riporta alla Home Page che una serie di link numerati, ciascuno dei quali porta ad uno degli articoli. Il testo è diviso in paragrafi per agevolare la lettura; ogni volta che si cambia pagina si cambia anche articolo o argomento. Accanto ad ogni pagina con gli articoli vi sono riquadri con link di approfondimento che rimandano ad altre pagine del sito.

Le immagini sono visibili in anteprima per non distogliere l'attenzione dal testo e non rendere la pagina troppo articolata; ognuna poi è ingrandibile o tramite un clic o passandoci semplicemente sopra il mouse. La galleria delle immagini è divisa in più pagine, ognuna relativa ad un evento del Carnevale: è formata da una serie di foto in anteprima che si ingrandiscono al clic del mouse nel riquadro sovrastante; le foto possono anche scorrere come in un filmato che può essere stoppato. Ho creato poi la pagina con i video e i file musicali, per sfruttare l'aspetto della multimedialità tipica del web: dunque da una parte si trova il cd delle canzoni del Carnevale dell'anno e dall'altra un esempio di come possono essere visualizzati i video. Vi sono poi la pagina dedicata al programma del Carnevale con le date e gli orari dei vari eventi e la pagina dedicata agli approfondimenti.

Le varie pagine del sito formano un ipertesto, uno degli elementi che contraddistinguono le pagine di Internet: l'ipertesto è infatti una serie di documenti messi in relazione fra loro tramite parole chiave. La caratteristica principale dell'ipertesto è che la lettura può non essere lineare, quindi l'utente si trova davanti a più percorsi di lettura. Già la presenza dei menù crea una forma di ipertesto, perché l'utente può decidere in quale pagina entrare; inoltre i menù sono presenti nelle varie pagine del sito. Anche all'interno del testo sono presenti parole chiave subito riconoscibili perché di colore diverso e sottolineate: queste portano ad approfondimenti interni al sito, esterni oppure si aprono in riquadri con una breve biografia nel caso si tratti di un personaggio.

Nei contenuti ho ripreso fedelmente la versione cartacea, cercando di sfruttare le possibilità del web: dunque troviamo nelle varie pagine immagini che si ingrandiscono al passaggio del mouse o con un clic, video e file musicali. La grafica invece è piuttosto semplice, basata soprattutto sul richiamare l'atmosfera e i colori del Carnevale.

In generale, il mio è un tentativo di arricchire il sito della Fondazione Carnevale e di dare un esempio di come potrebbe essere realizzata una rivista come quella del Carnevale, nell'eventualità, dopo opportune modifiche, che possa essere inserita all'interno del sito della Fondazione, dando il via ad una duratura collaborazione.

# STORIA DELLA STAMPA

## 1. LE ORIGINI DELLA STAMPA

### 1.1 I costi della stampa

Fin dalle origini la stampa nasce come un'industria retta dalle medesime leggi delle altre industrie, quindi il libro era una merce che gli uomini producevano soprattutto per guadagnarsi da vivere: il primo problema che si presentava loro era il trovare i capitali e il pubblicare libri che potessero soddisfare la loro clientela.

Per creare un'officina e avviarla era necessario un certo capitale, il cui ammontare dipendeva da diversi fattori. Non sono molti i libri e i conti degli stampatori che ci sono pervenuti, così da avere un quadro pur sommario dei costi che andavano affrontati, tuttavia sappiamo che una parte delle spese andava nell'acquisto dell'attrezzatura per la stampa, che dipendeva dalla grandezza dell'officina.

Più onerosa era la spesa per i caratteri, che occorreva rinnovare di frequente: il prezzo varia a seconda dell'usura, del tipo e dell'importanza della serie.

Una volta creata l'attrezzatura, si trattava di usarla e se il tipografo era anche l'editore dei libri che stampava, aveva bisogno di ingenti capitali, considerando che l'edizione di una sola opera comportava una spesa maggiore dell'acquisto dell'attrezzatura per un buon laboratorio tipografico.

Ma la spesa più ingente è la carta e infatti veniva utilizzata carta di qualità scadente; in più andavano pagati gli operai e per questo i padroni cercano di ottenere da loro un rendimento enorme, facendo anche lavorare molti apprendisti che però non pagano.

Dunque, è facile riunire i capitali per aprire un'officina, il problema è riuscire a lavorare e quindi a pubblicare libri: dal secolo XV al secolo XVIII il prezzo d'acquisto della carta di buona qualità è superiore al prezzo di stampa, i caratteri devono essere rinnovati di frequente, i libri si vendevano molto lentamente; tutto questo portava alla difficoltà di recuperare i capitali impegnati. A questo va aggiunto che il libro come merce di lusso non viene più venduto e gli stampatori

non hanno altra scelta che stampare *pamphlets*<sup>1</sup> che esprimono il malcontento pubblico. Ancora, quando si riesce a mettere l'opera in commercio non è possibile sapere quale accoglienza le farà il pubblico. Infine, vi è il problema del finanziamento.

I capitali, lo stampatore non li ha, quindi devono contrarre prestiti, garantiti dal loro materiale, ma spesso l'affare va male. Gli stampatori devono allora girare di città in città e nel Seicento conducono spesso una vita miserabile.

## 1.2 I primi stampatori

Fra i primi e i più importanti stampatori dobbiamo ricordare Gran, presente nella città di Hagenau, vicino Francoforte, dalla quale passavano librai e stampatori e i libri che vi si stampavano potevano essere trasportati senza eccessiva difficoltà in molte grandi città.

Lione occupa una posizione economica privilegiata; è un centro intellettuale l'ambiente nel quale visse Barthélemy Buyer: questi capì benissimo l'interesse che poteva avere la nuova arte, come strumento di cultura e come mezzo per far fruttare i propri capitali; dunque appare soprattutto come capitalista che investe il proprio denaro, riuscendo nella sua attività tanto che alla morte nel 1483 era ricchissimo.

All'inizio si era dovuto prendere in casa uno stampatore, Le Roy, e mantenerlo, ma quando l'arte tipografica si diffuse i librai-editori preferirono rivolgersi a stampatori già installati.

Altro nome importante è quello di Antoine Vérard, a Parigi, che dirigeva un laboratorio dove si copiavano e miniavano manoscritti di lusso per i grandi signori; intuendo l'importanza della nuova arte divenne uno specialista di edizioni illustrate in francese.

Jean Petit era un uomo colto e un autentico capitalista, fu il grande editore degli studenti e uno dei principali agenti di diffusione dell'Umanesimo<sup>2</sup> a Parigi. Lavorò insieme a Josse Bade affidandogli in particolare la correzione dei testi e in seguito una stamperia.

---

<sup>1</sup> Genere letterario tra lo scritto polemico e il satirico; solitamente è un testo breve dai toni critici e irriverenti

<sup>2</sup> Movimento letterario e culturale del xv secolo, contrassegnato da un forte interesse per l'antichità

Fra le grandi famiglie di librai che aprono officine in varie città troviamo i Giunta, tutti in rapporti di lavoro gli uni con gli altri.

Aldo Manuzio nacque tra il 1449 e il 1454 negli stati della Chiesa; a Roma portò a termine i suoi studi latini e greci e iniziò la sua attività di tipografo aprendo un'officina a Venezia, stampando grandi edizioni d'autori latini e greci e diventando molto famoso.

A Norimberga troviamo Anton Koberger, che curò che i suoi testi fossero corretti e ha agenti non solo in tutte le grandi città tedesche, ma anche in tutte le città d'Europa.

Probabilmente l'esempio più famoso della creazione di una grande officina tipografica è quella dei Plantin ad Anversa, i cui inizi furono modesti, ma con il tempo riuscì ad accattivarsi alcuni potenti protettori, ottenendo così i finanziamenti e diventando il migliore nell'Ottocento.

### **1.3 I mestieri**

L'industria tipografica doveva crescere e mettere a punto miglioramenti tecnici per far fronte alla necessità di produrre sempre più libri a minor prezzo; nacque un nuovo tipo d'uomo, il tipografo, lavoratori manuali ma anche intellettuali perché sanno leggere e anche un po' di latino. Sono prima degli altri al corrente delle nuove idee, amano ragionare e già nel secolo XVI organizzano scioperi di caratteri moderno.

Fra coloro che lavorano in un'officina il primo è il lavorante stampatore: deve cominciare dall'apprendistato fra i quindici e i vent'anni, deve saper leggere e scrivere e fa una vita durissima; si alza prima degli altri ed è incaricato dei compiti più sgradevoli. A volte lo incaricano di qualche commissione, è mal visto dai lavoranti perché i maestri tendono a moltiplicare il numero degli apprendisti che pagano pochissimo, diminuendo quello dei lavoranti.

Finito il periodo, l'apprendista parte per un viaggio perfezionando la propria tecnica; se non si sposa ritorna nella città natale e va a lavorare alle dipendenze di un maestro.



Vengono poi i lavoranti di coscienza pagati a mese che svolgono i lavori delicati e i lavoranti a cottimo, divisi a loro volta in torcolieri ai quali è richiesta attenzione e forza e in compositori che devono avere un certo grado di istruzione.

I tipografi non sono mai sicuri del domani e possono essere licenziati anche senza preavviso; di solito sono molto poveri.

Tra il 1539 e il 1542, gli operai stampatori si sollevarono in scioperi provocando l'arresto dei torchi; questi movimenti dilagarono un po' in tutta Europa nella seconda metà del XVI secolo e lo Stato è costretto a intervenire: da quel momento ai maestri è proibito avere più di un apprendista per torchio.

Gli stessi movimenti si riscontrano anche nei secoli XVII e XVIII, grazie ai quali i lavoranti ottengono qualche miglioramento.

Molti librai vendono libri ma difficilmente li pubblicano, al contrario molti stampatori hanno una bottega di libraio e reinvestono gli utili nell'edizione dei libri. Se uno stampatore è abbastanza esperto può farsi notare da un editore e diventarlo egli stesso. I compiti del libraio sono molteplici: scegliere i testi, mantenere le relazioni con gli autori, procurarsi la carta, scegliere un tipografo, controllare di avere le opere richieste dalla clientela. Spesso devono viaggiare per tutta l'Europa, mantenendo stretti contatti fra gli stampatori.

Verso la fine del XVI secolo, la stampa conosce una crisi: i libri pubblicati saturano il mercato nell'arco di un secolo, la crisi economica impedisce agli editori di trovare i capitali necessari, mentre tutto ciò provoca scioperi. Inoltre, i librai editori non si preoccupano di rendere un servizio al mondo dello spirito, ma solo di pubblicare opere che potranno sicuramente vendere.

È questo il periodo dei grandi librai della Controriforma<sup>3</sup>. I letterati si riuniscono nei salotti letterati, nelle biblioteche dei grandi signori, protetti dai potenti e a volte anche nei conventi. Tuttavia, sono attentamente sorvegliati dalle Chiese cattolica e protestante ed è difficile non cadere almeno una volta nella censura; le condanne sono comunque miti, dato che il governo sa che stampatori e librai pubblicano libri per interesse e non per convinzione.

Sul finire del Seicento, la situazione cambia: le passioni religiose costringono molti stampatori e librai a fuggire all'estero a causa delle persecuzioni. Da qui si comincia a sviluppare una letteratura polemica, mentre il giornale entra nel costume e nasce una nuova figura di stampatore: lo stampatore giornalista, che spesso cerca di diffondere le proprie idee.

---

<sup>3</sup> Movimento all'interno della Chiesa cattolica nella seconda metà del '500, in seguito alla Riforma Protestante

Uno dei grandi personaggi di questo periodo è Pierre Rousseau: nato a Tolosa nel 1716, si unì a d'Alambert nella pubblicazione dei volumi dell'Encyclopédie.

In questo periodo di prosperità materiale e intellettuale, tutti si interessano alle cose dello spirito, mentre gli stampatori in tutta Europa aprono la strada alla rivoluzione meccanica che all'inizio del secolo XIX sconvolgerà il loro mestiere.

Arriviamo infine al mestiere dell'autore, colui che ricava un utile dalla vendita di un'opera da lui creata. Quando venne inventata la stampa, gli stampatori non avevano il monopolio delle opere che pubblicavano, tuttavia in commercio entravano soprattutto opere antiche. Il letterato fece il suo ingresso nelle officine tipografiche come correttore di bozze.

Quando cominciarono ad apparire sul mercato le contraffazioni e si moltiplicarono, gli editori sollecitarono privilegi che concedano loro l'esclusiva di stampa e di vendita delle opere. Non tutti gli autori sono abbastanza fortunati da trovare un posto fisso come correttore, ma chiedere denaro al libraio non è ancora entrato nel costume e così molti autori ricorrevano al mecenatismo: quando un'opera usciva dai torchi gli autori ne prendevano alcune copie e le inviavano a qualche ricco signore, il quale dava una ricompensa in denaro.

Presto comunque sembrò normale per gli autori vendere a un libraio il loro manoscritto in cambio di denaro, anche se pochi sono coloro che riescono ad avere forti somme. Tutto questo accadeva perché i diritti degli autori non erano ancora protetti: quando i librai avevano acquistato un manoscritto, l'autore non aveva più nulla a che vedere con l'opera. La somma versata all'autore per l'acquisto del manoscritto veniva fissata e pagata prima della pubblicazione e se veniva ristampato l'autore non prendeva più nulla. Così, molti decisero di cominciare a stampare le opere per conto loro, cosa che fu ostacolata con ogni mezzo.

A poco a poco si andava verso l'attuale soluzione: il riconoscimento giuridico della proprietà letteraria dell'autore sull'opera per un certo periodo e la partecipazione degli autori agli utili.

A questo proposito l'Inghilterra segnò la via: nel 1710 il diritto di copyright è ormai accordato all'autore e non più al libraio, è l'autore che porta ad iscrivere la sua opera nel registro ufficiale e ne è il proprietario; nello stesso tempo, ne ha l'esclusiva di stampa e di vendita per quattordici anni, rinnovabili in altrettanti se è ancora vivo.

Sul continente invece ci vorrà più tempo perché questi diritti vengano riconosciuti: si arriva dunque al 1777, quando cinque decreti regolarono la questione; da allora,

gli autori godono di privilegi, quali il vendere il libro per conto proprio, distribuire l'opera, cederne la proprietà totale o parziale; inoltre il diritto d'autore continuava dieci anni dopo la morte. Tra il finire del XVIII e l'inizio del XIX secolo queste leggi proclamavano in tutta Europa il diritto d'autore.

## **2. LA DIFFUSIONE DEL LIBRO**

### **2.1 La stampa in Europa**

La stampa fu messa a punto a Magonza e ai primi tipografi si presentò subito un problema: per quanto tempo sarebbe rimasta un loro monopolio? Gli inventori della stampa riuscirono a conservare la nuova scoperta per una decina d'anni, dato che troppo era l'interesse per poter mantenere il segreto più a lungo. Prima del 1475, le città padane in Italia, Parigi, Lione e Siviglia videro arrivare molti tipografi, che presto si stabilirono anche in altre città.

Per parecchio tempo, il mestiere dello stampatore rimase prevalentemente tedesco: i lavoranti lasciano l'officina del maestro, diventando veri e propri nomadi; tutti vanno in cerca di un luogo dove siano presenti condizioni tali da fondare un'officina stabile.

Come primo fattore è importante che ci siano sul posto persone desiderose di procurarsi certi testi e di diffonderli: dunque, i mecenati. A volte è gente modesta a chiamare uno stampatore, ma coloro che favorirono la tipografia al suo nascere furono prevalentemente ecclesiastici: gli stampatori, infatti, lavorano moltissimo per produrre i libri di chiesa occorrenti, testi sacri, opere di teologia e di antichità classica, opere dedicate agli studenti e testi di pietà popolare; spesso i vescovi tedeschi accordano indulgenze a chi stampa e vende libri e numerosi sono i conventi che accolgono gli stampatori.

Altro importante fattore per la sopravvivenza di un'officina tipografica è quello degli sbocchi: bisognava poter trovare, possibilmente sul posto, una clientela stabile ed abbastanza vasta ed è per questo che troviamo molte officine nelle città universitarie, nelle città arcivescovili e vicino a importanti giurisdizioni.

Nel Cinquecento, tutte le città europee in cui si trovano queste istituzioni hanno un discreto numero di officine tipografiche e di botteghe di libraio.

Tuttavia, non solo studenti e uomini di legge acquistavano libri, ma anche negozianti arricchiti, borghesi agiati, artigiani che desideravano formarsi una biblioteca.

Ancora, per il minor costo del trasporto marittimo, gli editori hanno infine interesse a stabilirsi in prossimità di un porto.

Può sembrare che la stampa si sia diffusa con lentezza, ma se si pensa alle molte difficoltà incontrate dagli uomini del XV secolo, come comunicazioni lente, tecniche rudimentali, il fatto che pochissimi uomini conoscessero i segreti dell'arte tipografica, scarsità di tecnici, allora la diffusione della stampa ci apparirà rapida e gli uomini di questo secolo grandi amanti delle novità.

Dunque, la stampa si diffuse velocemente nei paesi dell'Europa occidentale, in Germania, Italia, Francia, Paesi Bassi nel Cinquecento, mentre nel Seicento in Spagna, Portogallo, Polonia e Inghilterra.

## **2.2 La stampa nel Nuovo Mondo**

Quasi contemporaneamente alla diffusione della stampa, nella seconda metà del XV secolo, altre scoperte allargano gli orizzonti, questa volta sono di tipo geografico; prima di tutto l'America, dove la stampa svolse un ruolo molto importante: i conquistatori erano alla ricerca dell'oro, un desiderio nutrito anche dai molti romanzi cavallereschi, che i torchi spagnoli da tempo moltiplicavano e che descrivevano terre lontane e molto ricche; dunque, desiderio di vivere in prima persona quelle avventure.

In breve in America sorgono le prime officine tipografiche, dall'Europa arrivavano i libri di cui c'era bisogno, fra cui quelli per l'evangelizzazione degli Indios. Nel 1638, comparve il primo laboratorio tipografico degli attuali Stati Uniti; molte erano le persone istruite tra gli emigranti, questi fondarono un collegio non appena la colonia si sviluppò.

Ma nel XVII secolo le officine tipografiche erano ancora poco numerose e gli stampatori vivevano sulla pubblicazione di atti ufficiali o amministrativi, di raccolta di leggi locali e sillabari. La stampa si sviluppò in America solo quando i tipografi ebbero trovato una nuova fonte di reddito: il giornale. Gli Americani infatti si sentivano isolati e privi di contatto con il resto del mondo, quindi in America il giornale ebbe uno sviluppo più rapido che altrove.

Dunque, appare una nuova figura, lo stampatore-giornalista; il problema che subito si trovarono ad affrontare era quello dei grandi spazi, quindi di raggiungere il lettore e di fargli pervenire il giornale, cosa che si poteva fare soltanto con un altro nuovo personaggio, il mastro di posta.

Intanto, i Portoghesi compresero l'utilità della stampa anche nei territori africani, ma soprattutto asiatici; i primi caratteri esotici fusi in Occidente videro la luce a Lisbona nel 1539-40. Tuttavia, quando i primi esploratori arrivarono in Cina e in Giappone vi trovarono un'arte autoctona, già sviluppata: la silografia o incisione nel legno.

Con la Rivoluzione francese e le guerre napoleoniche si interruppero i contatti fra l'Occidente e l'Oriente, le relazioni ripresero a poco a poco in seguito, ma il declino delle civiltà orientali e la superiorità tecnica dell'Occidente si opposero agli scambi.

### **3. IL COMMERCIO DEL LIBRO**

#### **3.1 L'organizzazione della rete commerciale in Europa**

Dal secolo XV al XVIII i torchi si moltiplicarono e continuò ad aumentare la produzione dei libri a stampa. Gli ambulanti vendono ciò che tutti vogliono leggere: si può notare un bisogno sempre crescente di libri scolastici, mentre accanto a queste opere soltanto i grandi successi librai arrivano al vasto pubblico; tutti gli altri libri interessavano solo una ristretta cerchia di lettori.

Agli editori si presentò il problema degli sbocchi, organizzare una rete commerciale che permettesse di vendere la produzione il più rapidamente possibile.

In teoria un testo poteva essere riprodotto dalla stampa un numero illimitato di volte, ma raggiunto un certo numero di copie non aveva un gran vantaggio aumentare la tiratura, dato che la produzione non poteva essere assorbita in tempo ragionevole dal mercato. Dunque, tranne i libri scolastici e quelli destinati al commercio ambulante, le tirature nel XVIII secolo restano piuttosto modeste.

Dal 1480 il mercato libraio comincia ad organizzarsi: i libri venivano venduti a piccoli lotti, includendo in ogni spedizione pochi esemplari di una stessa opera, a volte uno solo.

Ma vi sono molte difficoltà di trasporto: il libro, infatti, è una merce ingombrante, quindi si usava spedire e vendere i libri a fogli sciolti senza rilegatura, con la conseguenza di avere spesso fogli mancanti. Il libro è anche una merce fragile che veniva trasportata o via battello o via carro e spesso arrivava a destinazione sciupato.

Infine, nei trasbordi i rischi sono alti dato che coloro che li eseguono non sanno leggere: la destinazione non è tanto segnata dall'indirizzo quanto da un segno a forma di monogramma tracciato sulle balle, che spesso si presta a confusioni.

I libri tuttavia arrivano a destinazione in buono stato ed è necessario pagarli: l'organizzazione bancaria è ancora impreparata ad affrontare questo traffico e spesso non è possibile pagare in contanti. Dunque, i sistemi normalmente in uso erano il baratto e la lettera di cambio: il libraio segnava le somme dovute e

inversamente quando faceva una spedizione scriveva quanto gli doveva il suo corrispondente; spesso dopo molto tempo i conti venivano chiusi.

L'interruzione del commercio fra due paesi rischiava di paralizzare, per la sospensione dei pagamenti, l'attività degli editori e di portarne alcuni al fallimento. Nacque dunque la necessità di creare una rete commerciale: il metodo a cui ricorsero furono gli *agenti*, uomini di fiducia che percorrevano le città grandi e piccole, cercando di individuare i possibili compratori dei libri. Gli agenti si recavano nelle varie città durante le feste locali, frequentavano le fiere e quando in una città facevano affari particolarmente buoni vi tornavano e vi prendevano sede stabile. Ecco così che cominciarono a comparire in molte città librai al minuto, che vendevano al pubblico direttamente le opere stampate dai grandi editori. Verso il 1490, la rete commerciale libraria è organizzata in tutta Europa.

### **3.2 Le fiere**

Ben presto si prese l'abitudine di vendere libri nelle fiere: i privilegi concessi ai mercanti che si recavano alle fiere facilitavano i trasporti, vi erano cambiavalute che rendevano più semplici le transazioni, l'afflusso di persone favoriva le vendite. Le fiere diventarono quindi luogo di incontro di librai e stampatori, che si potevano così trovare ad intervalli regolari per saldare i conti, pagare i debiti, annunciare la prossima pubblicazione di un libro.

All'inizio la più importante fiera era quella di Lione, la città era infatti un nodo commerciale e riceveva tutte le merci di cui l'Europa faceva commercio.

Durante il XVI secolo, si sviluppano e acquistano importanza le fiere di Francoforte: gli editori si scambiano notizie, annunciano i libri che stanno stampando e ricevono le nuove ordinazioni. Una delle più grandi novità di queste fiere furono i cataloghi: gli editori avevano preso l'abitudine di compilare delle liste dei libri che potevano offrire

L'aumento dell'attività editoriale nella Germania settentrionale e il moltiplicarsi degli scritti protestanti favoriscono lo sviluppo delle fiere a Lipsia, città nella quale la stampa era comparsa dal 1479. A partire dalle fiere di Lipsia si cominciano a pubblicare sempre meno opere in latino e sempre più testi in lingua nazionale.



Intanto si modificavano anche i metodi commerciali, innanzitutto nei pagamenti: nel Cinquecento lo scambio era il mezzo più usato dai librai, ma spesso un editore era costretto ad accettare opere che poi faticava a smerciare; così presto cominciarono ad abbandonare questo sistema per passare alle lettere di cambio e alle girate bancarie.

Ogni anno il numero dei libri aumentava e diventava sempre più difficile sapere quello che si pubblicava: i cataloghi delle fiere di Francoforte furono un ottimo sistema fino a quando le fiere non persero importanza e fu necessario ricorrere ad altri mezzi. Durante il Seicento, i grandi editori presero sempre più l'abitudine di pubblicare di frequente i loro cataloghi o di stamparli alla fine del libro. Ma nella seconda metà del XVII secolo si vide apparire tutta una serie di giornali bibliografici, più o meno critici.

È in questo periodo che cominciò ad avere molta importanza anche il libro d'occasione; i librai specializzati in questo genere comprano in blocco le biblioteche di studiosi o di letterati appena deceduti. Nel Seicento, questo commercio si sviluppa e sorge una tecnica molto commerciale, usata ancora oggi: la vendita all'asta.

Dal Quattrocento, si videro comparire dei venditori ambulanti, che non offrivano soltanto libri ma anche immagini sacre e spesso articoli di merceria. Ad una clientela di solito poco istruita, essi vendevano soprattutto libricini, almanacchi e pronostici: tutto ciò permise la diffusione delle nuove idee della Riforma.

### **3.3 Il sistema dei privilegi**

In Europa non vi era nessun accordo internazionale in materia libraria o una protezione contro le contraffazioni, le legislazioni locali erano incomplete, la polizia incapace di frenare abusi e illegalità, le censure erano innumerevoli e contraddittorie: tutti questi erano ostacoli al progresso editoriale. Nei primi tempi della stampa, quando un editore facevano uscire un'opera, nulla impediva ad un altro libraio di stampare lo stesso testo. All'inizio tuttavia questo modo di fare presentò pochi inconvenienti, dato che si stampavano testi antichi e già noti. D'altra parte, gli editori non avevano interesse a danneggiarsi reciprocamente e a farsi una concorrenza facilmente evitabile. La situazione mutò quando il mercato

librario si fu organizzato e gli scritti più comuni cominciarono a diffondersi in gran quantità; la concorrenza tra editori si fece più aspra e si cercava di vendere la ristampa a prezzi minori dell'originale.

Ma questi sistemi rischiavano di paralizzare le iniziative degli editori più intraprendenti e più accurati, che potevano sempre temere di non veder venduta la bella edizione eseguita con forti spese, perché contraffatta appena pubblicata.

Così gli editori cominciarono a sollecitare dalle autorità governative un privilegio, che desse loro per un certo periodo, il monopolio della stampa e della vendita. Ma anche il sistema dei privilegi provocò innumerevoli inconvenienti: potevano venire accordati sia per i libri antichi che per opere nuove ed era forte la tentazione di ottenere veri e propri monopoli. Gli editori e i librai che venivano lesi da questo sistema ovviamente protestavano, poiché i privilegi favorivano alcuni librai a spese di altri. Inoltre, ogni paese concedeva privilegi validi soltanto nell'ambito dei suoi stati.

Normalmente i librai non avevano interesse a combattersi tra loro, anche perché la rovina di uno rischiava di portare alla rovina molti altri. Se usciva una contraffazione, le due parti trattavano per raggiungere un accordo amichevole. Ma non era più così quando l'editoria attraversava un periodo di crisi: tra il 1640 e il 1660, le fiere persero di importanza, si vendono meno le grandi pubblicazioni religiose, diminuiscono le opere scritte in latino, si cominciano a stampare opere scientifiche e letteratura di fantasia. Poco dopo, inizia una crisi editoriale, mentre il commercio internazionale tende a frazionarsi; l'unica risorsa che rimane ai librai è la contraffazione.

Quando comparve la stampa, la Chiesa favorì l'impianto di officine tipografiche, ma doveva anche impedire la diffusione delle opere eretiche, quando si annunciò la Riforma. Il numero dei libri proibiti cominciò ad aumentare, tanto che anche i librai più rispettosi della legge devono rassegnarsi ad essere almeno una volta perseguiti, tanto più che essere imprigionati per questo motivo non è per niente infamante.

## **4. COSA VIENE STAMPATO**

### **4.1 La produzione del Cinquecento**

Sin dalle origini stampatori e librai lavorano soprattutto per guadagnare: i librai del Quattrocento non accettano di finanziare la stampa di un libro se non sono certi di vendere un sufficiente numero di copie entro un periodo ragionevole; la stampa compie così opera di diffusione e di selezione.

Dominano i testi religiosi, poi i libri di carattere letterario, classici, medievali e contemporanei, libri di diritto e infine di carattere scientifico.

Parallelamente ai testi sacri e molto più numerosi, si trovano i libri indispensabili alla celebrazione del culto e alle preghiere d'ecclesiastici e laici, breviari e messali. Molto inferiore il numero dei grandi classici della filosofia e della teologia medievale, sono stampati più volte trattati mistici. Questi testi, incontrano molti favori perché non si rivolgono soltanto a chi ha un titolo universitario, ma anche a semplici preti e laici devoti. Si moltiplicano opere di carattere pratico, come raccolte di prediche e guide al confessore. In questo periodo, inoltre, si sviluppa il culto di Maria e vengono molte volte stampate opere che celebrano la sua vita e le sue virtù.

La stampa contribuì ad una più esatta conoscenza del latino e degli autori classici, nasceva la curiosità per l'antichità classica e per la lingua latina: Catone, le favole di Esopo, letture dei padri dei primi secoli, Virgilio, Ovidio, tra i filosofi Seneca.

I testi in volgare dati alla stampa costituiscono una minoranza: in Italia comunque alcuni conoscono un vasto pubblico, come Dante, Boccaccio e Petrarca, mentre in Francia si stampano le opere della letteratura cortese.

Altra categoria di opere che conosce un grande successo è quella dei romanzi cavallereschi, soprattutto quelli che celebrano le leggendarie imprese degli eroi del Medioevo e i testi riguardanti la storia di Troia.

Nonostante non ci fossero progressi immediati in campo scientifico, una parte importante della produzione era costituita proprio da testi scientifici; vi era una totale mancanza di spirito critico, tanto che il testo geografico più interessante del periodo, i viaggi di Marco Polo, fu ristampato solo quattro volte; lo stesso accadde per le scienze matematiche. Dunque, la stampa non provocò cambiamenti

improvvisi nella cultura del tempo; i librai vogliono soprattutto vendere la produzione e ricavare dei guadagni: scompaiono le opere da loro ritenute superate, ma compaiono anche testi da lungo tempo dimenticati.

La produzione del Cinquecento è tale che il libro a stampa diventa accessibile a chiunque sappia leggere: ebbe una diffusione essenziale nella diffusione delle lettere classiche all'inizio del secolo e nella propagazione delle idee della Riforma, contribuisce a fissare le lingue e favorisce lo sviluppo delle letterature nazionali.

Nel secolo XVI il numero di coloro che cercano di costruirsi una biblioteca aumenta, lo spirito umanistico porta ad un regresso dei libri religiosi a favore dei testi classici. Gli autori latini già letti nel Quattrocento sono Virgilio e Terenzio, ma in breve si affiancano anche quelli greci. A questo punto si presentava agli stampatori un problema tecnico, la creazione di alfabeti greci, problema tanto più difficile da risolvere, in quanto l'alfabeto greco ha un numero di segni maggiori dell'alfabeto latino. Il greco si introdusse nel libro a stampa per via delle citazioni: la maggior parte dei tipografi trascriveva in latino le citazioni o lasciava uno spazio bianco per scrivere a mano il testo greco. Dal 1465, cominciarono a far incidere qualche lettera greca e dal 1474, uscirono i primi libri completamente in greco o in greco su una colonna e traduzione latina sull'altra. Nei primi anni del Cinquecento, lo studio del greco suscita anche fuori Italia un vero entusiasmo.

Così la stampa rese accessibile in tutta Europa e ad un vasto pubblico, l'antichità latina, greca e, in certa misura, anche ebraica.

Sapere tutte e tre le lingue è l'ideale di molti umanisti ed anche l'ebraico si diffuse largamente; gli umanisti per conoscere l'ebraico si rivolsero agli Ebrei, i quali non erano rimasti indifferenti all'invenzione della stampa: molto attaccati al loro culto, possedevano un gran numero di manoscritti; i primi torchi ebraici videro la luce in Spagna e in Italia. Ma l'espulsione degli Ebrei dalla Spagna mise all'improvviso fine a questa parte di storia della stampa ebraica. Il Portogallo seguì l'esempio della Spagna, accogliendoli per un certo periodo e poi cacciandoli; quindi la stampa ebraica si diffuse principalmente in Italia.

Intanto, le lingue nazionali continuano ad affinarsi e ad arricchirsi a contatto con le lingue classiche, grazie al lavoro di innumerevoli traduttori, i quali permisero alla cultura europea di mantenere la propria omogeneità. Solo dopo il XVII secolo la scomparsa del latino e lo sviluppo delle letterature nazionali provocano un frazionamento del mercato librario, favorito anche dalle censure politiche e religiose, creando vere e proprie barriere tra i vari paesi.

La principale cura degli umanisti era liberare da glosse e commenti i classici greci e latini, i grandi maestri dell'antichità vengono continuamente stampati; inoltre, la meccanica, la cosmografia, la geografia, la fisica, la storia naturale e la medicina erano alla portata di tutti in nuove edizioni e nuove traduzioni. Allo stesso tempo, veniva ostentato disprezzo per gli autori medievali, mentre gli autori classici vengono citati per dar sfoggio di erudizione. Contemporaneamente, la stampa provoca la comparsa di tutta una letteratura in volgare per le masse.

Ancora, la stampa rese grandi servizi nel campo delle scienze descrittive: le scienze naturali e l'anatomia. I botanici si volgono all'osservazione diretta e nel 1530 esce a Strasburgo il primo volume della prima opera della flora illustrata.

Dunque, in alcuni campi la stampa favorisce il lavoro degli studiosi, ma non contribuisce alla nascita di nuove teorie.

L'attenzione del pubblico fu attirata sull'attività degli esploratori dalla lettera di Cristoforo Colombo, con la relazione del suo primo viaggio e da un libretto scritto da Amerigo Vespucci sempre sul Nuovo Mondo. In Spagna e Portogallo viene dato il via ad una letteratura su questi paesi e sulle conquiste geografiche, ma interessano soprattutto un numero ristretto di lettori.

Dal 1550 non è più così: l'Europa prende maggiore coscienza dei nuovi orizzonti geografici e le pubblicazioni si fanno molto più numerose.

La maggior parte degli scritti geografici francesi è dedicata al Medio Oriente: i libri sui Turchi sono il doppio di quelli sull'America, seguiti dagli scritti che trattano le Indie Occidentali; poi, i libri sui paesi asiatici come la Cina, la Tartaria e la Terrasanta; l'America è solo al quarto posto per interesse, mentre Africa e paesi nordici non sembrano destare alcuna curiosità.

L'uomo colto del Cinquecento si interessa anche di diritto e magistrati, giuristi, avvocato costituiscono una buona parte della clientela dei librai.

Ancora, i lettori si interessano anche di storia: vengono pubblicate molte edizioni illustrate e anche qui l'Italia è iniziatrice. Il pubblico che legge libri di storia è composto da studenti, umanisti e studiosi, ma anche da giuristi, cortigiani, militari, mercanti e semplici artigiani. Spesso, comunque, si tratta di storia leggendaria piuttosto che reale, come il mito della guerra di Troia, le opere romanzesche, il romanzo pastorale e sentimentale. Infine, i romanzi cavallereschi francesi del ciclo bretone e carolingio, danno origine in Italia ad una serie di epopee cavalleresche.

## 4.2 La stampa e la formazione delle lingue

La stampa ebbe anche una parte essenziale nella formazione delle lingue: sin dal Cinquecento le lingue nazionali avevano continuato ad evolversi seguendo da vicino la lingua parlata, ma nel Seicento si sono ormai cristallizzate, mentre altre lingue come l'irlandese e il provenzale scompaiono; il latino infine si avvia a diventare una lingua morta.

Cercando di assicurarsi una clientela più vasta, gli editori sono indotti a favorire lo sviluppo del volgare in molti campi, normalizzando così l'ortografia ed eliminando le espressioni dialettali.

In Germania, durante tutta la Riforma si stampa soprattutto in tedesco. Lutero cercò di imporre alcune regole alla lingua che stava foggiano, semplificando l'ortografia e unificando le forme grammaticali e il vocabolario.

In Inghilterra invece la Riforma porta alla pubblicazione di traduzioni di testi sacri e di opere religiose e presto traducono nella loro lingua anche i classici latini e greci, arricchendosi anche di espressioni spagnole, francesi e latine.

Ancora, in Francia nel corso del XVI secolo il volgare diventa definitivamente lingua nazionale, ma appare più conservatrice: perché il loro materiale non passi di moda, essi hanno tutto l'interesse a impedire sconvolgimenti. L'uomo che ebbe la parte più importante in questo campo in Francia fu Robert Estienne, attraverso i suoi dizionari.

Gli Italiani, invece, discuteranno ancora a lungo per sapere se convenga adottare semplicemente il toscano come lingua letteraria o fare una sintesi per stabilirla. Comunque, il latino rimarrà ancora per molto tempo in uso, grazie al fatto di essere compreso da tutti; inoltre, la Chiesa cattolica si oppose allo sviluppo delle lingue volgari, tant'è che solitamente approvano i trattati sulle nuove scoperte se pubblicati in latino, ma li condanna se sono scritti in volgare. Inoltre, è usato ancora come lingua nobile e per il genere dell'epopea e per il teatro latino.

Se si mantiene così a lungo, il latino lo deve alla sua precisione e alla sua chiarezza, ha il vantaggio di possedere un vocabolario fisso, ancora nel Seicento era utilizzata come lingua della diplomazia, della scienza e della filosofia.

## **5. L'OTTOCENTO**

### **5.1 I maggiori centri italiani**

Durante i primi decenni dell'Ottocento, la penisola italiana sarà coinvolta in un processo di radicale mutamento, i cui effetti dipenderanno dalla durata dell'influenza francese e dalla situazione in cui essa si era innestata.

Uno dei primi temi che viene affrontato è quello dell'istruzione elementare obbligatoria, che però avrà scarsa applicazione e che soprattutto non determinerà una crescita dell'alfabetizzazione; tuttavia, lo sviluppo della stampa dovrà attrezzarsi e fare fronte alle esigenze di un nuovo pubblico di lettori. Fatto è che la preoccupazione principale dei governi liberali ottocenteschi non fosse rivolta all'istruzione di base, ma a una scuola secondaria orientata ai fini della formazione della classe dirigente.

In Italia stava penetrando anche un altro principio di derivazione francese, sancito dalla Dichiarazione dei diritti dell'uomo del 1789, ovvero la libertà di stampa. Promulgato come uno dei diritti fondamentali dell'individuo, fu seguito dall'abolizione della censura preventiva, che avrebbe dovuto essere sostituita da una censura repressiva capace di condannare l'eventuale violazione della legge. Ma con la Repubblica italiana gli spazi si fanno sempre più stretti, anche se la libertà di stampa non verrà mai ufficialmente abolita. Il decreto napoleonico del 1810 istituì un'autorità di controllo, la Direzione generale della stampa e della libreria, che sovrintendeva a tutte le attività di produzione e di diffusione dei libri e dei periodici e che poteva sospendere la pubblicazione di un'opera. In generale, si tendeva a privilegiare le aziende forti, eliminando le piccole botteghe, attuando una politica di chiusura verso l'esterno attuata attraverso l'aumento dei dazi doganali sui libri provenienti dall'estero e il rigido controllo di polizia alle frontiere.

Milano appare il luogo dove si concentrano attività ed iniziative capaci di attrarre ed aggregare uomini di cultura provenienti da ambienti diversi. Milano si appresta a diventare il centro tipografico più importante dei primi decenni della Restaurazione. Nell'aprile del 1815 viene promulgata una legge che sancisce il bisogno di una patente per gli stampatori e la censura preventiva: tutto questo

nasce dall'esigenza di controllo politico e dal desiderio di offrire sul mercato della cultura un prodotto di alto livello. Così a chi vuole esercitare l'attività di stampatore si richiedono anche doti di cultura e competenza tecnica.

L'espansione dell'offerta dei periodici è il segno della maturazione di un nuovo pubblico che punta soprattutto alla rapidità dell'informazione in ogni campo della vita culturale; inoltre, pubblicare periodici conviene anche per la facilità di trovare intellettuali disposti a collaborare per modeste retribuzioni.

La letteratura di intrattenimento è comunque il genere che rappresenta al meglio le linee di tendenza dello sviluppo editoriale in Italia: le aziende librerie milanesi immettono sul mercato romanzi e opere narrative in traduzione, di cui l'autore più diffuso è Walter Scott. L'autore italiano più diffuso è invece Alessandro Manzoni, come viene confermato dall'altissimo numero di ristampe-pirata che vengono diffuse e immesse sul mercato a costi molto bassi e il genere narrativo si diffonde rapidamente. Nascono nuove forme editoriali come le strenne, opere a cavallo tra la narrativa e il periodico di lusso, dalle ricche illustrazioni e legature. Alla fine degli anni Trenta per l'editoria milanese comincia un lungo periodo di crisi, mentre altri centri ne prendono il posto, a cominciare da Torino.

In Toscana, la città predominante è Firenze, seguita da Pisa e Livorno, che riuscirono a portare avanti uno scambio culturale con l'Europa. Anche in Toscana la politica culturale del governo sembra improntata a grande cautela: vengono, infatti, ripristinate le norme censorie, che prevedevano sia il controllo preventivo sugli scritti, sia ispezioni alla dogana e pene severissime per chi introduceva e diffondeva libri proibiti; in realtà queste norme erano in larga misura inapplicate.

Ciò che era veramente proibito era il giudizio critico anche in forma velata sui governi stranieri, mentre sono i periodici ad essere più facilmente soggetti alle attenzioni della censura e alle difficoltà della diffusione libraria.

Il commercio librario romano diventa sempre più chiuso in sé stesso, a causa dell'inasprimento della censura, al comportamento delle autorità pontificie, alla creazione di un corpo di funzionari appositamente deputati al controllo delle stampe alle dogane e all'ispezione periodica delle stamperie. Tutto ciò porta all'impoverimento dello scambio librario e all'isolamento dello stato pontificio dal resto d'Europa e alla diaspora degli intellettuali.

In seguito al Congresso di Vienna tutti i governi restaurati hanno innalzato delle barriere doganali più o meno rigide, allo scopo di impedire l'importazione dei libri



stranieri e di difendere la produzione locale, portando alla crisi dello scambio letterario tra il Mezzogiorno e il resto d'Europa.

Si fa sempre più evidente l'egemonia delle stamperie di Napoli, contigue alla corte e al potere, a cui si sottrae solo la Sicilia. La condizione di isolamento scontenta l'opinione pubblica meridionale e vede due posizioni nettamente contrapposte: da una parte quegli intellettuali che si battono per l'apertura delle frontiere, dall'altra i tipografi napoletani, difensori delle tariffe doganali.

I dazi doganali impediscono lo scambio librario e scoraggiano l'espansione commerciale delle imprese ed hanno funzioni ed obiettivi diversi: costituiscono una barriera alla diffusione delle idee "pericolose" e allo stesso tempo proteggono le aziende tipografiche dalla concorrenza. Il tema dei dazi è strettamente connesso ad un altro ostacolo alla formazione di un vasto mercato nazionale, cioè la mancanza di un'effettiva tutela della proprietà editoriale e del diritto d'autore: editori e intellettuali con interessi comuni si uniscono in una battaglia per la libertà dei commerci e la difesa dei diritti d'autore. Nel 1840, con la Convenzione Austro-Sarda, i due governi si impegnano a garantire il diritto d'autore alla piena proprietà dell'opera e a impedire la contraffazione nei rispettivi paesi, perseguendo penalmente il responsabile. Nel corso dell'anno, si adeguano a questa scelta tutti i governi della penisola; l'unico stato che non aderisce al trattato è il Regno delle Due Sicilie, che preferisce mantenere, aggravandolo, il suo isolamento culturale. Tuttavia, manca ancora una completa e corretta informazione sulle opere pubblicate, la proprietà letteraria non è garantita scambievolmente in tutti gli stati e la circolazione dei libri è ancora impedita da dazi doganali e controlli censori: si arriva dunque alla convinzione che solo l'unificazione politica porterà alla nascita di una nuova industria in Italia.

Il consumo comincia ad orientarsi verso i periodici, che garantiscono rapidità di informazione e incisività delle notizie, mentre viene trascurata la lettura dei libri che richiede ritmi più lenti.

Agli inizi del 1847 sembrano nascere le condizioni per un allentamento della censura preventiva sulla stampa e viene consentita la pubblicazione di scritti e articoli su argomenti prima di allora radicalmente vietati; la politica entra a pieno titolo nel dibattito culturale e nella polemica giornalistica. Nel 1848, la libertà di stampa viene sancita anche nel Regno delle Due Sicilie, stabilendo il passaggio dalla censura preventiva alla censura repressiva.

Tuttavia, il biennio rivoluzionario 1848-49, renderà difficili le comunicazioni, impedendo l'approvvigionamento della carta da stampa: ma il breve periodo di libertà ha messo in luce le potenzialità di un mercato molto vasto.

Gli anni Cinquanta segnano un momento molto difficile per il mondo del libro: truppe straniere occupano gran parte del territorio nazionale per impedire nuove rivoluzioni e la libertà di stampa viene progressivamente abolita in tutti gli stati; sfugge alla repressione solo il Regno di Sardegna, che mantiene quelle libertà di stampa e quelle garanzie presenti nello Statuto albertino. Inoltre, è assente qualsiasi progetto di riforma che tenda a migliorare le condizioni del commercio librario, mentre l'interesse degli operatori si concentra prevalentemente sul rinnovamento tecnologico e gestionale delle aziende librerie: il primo effetto della modernizzazione è ancora lo sviluppo della stampa periodica, a sfondo satirico e mondano, oppure orientato verso un pubblico specialistico.

## **5.2 La nuova figura dell'editore**

Il sistema editoriale le cui origini risalivano a Gutenberg, vide la sua fine intorno al 1830: fino a questo decennio si può notare ovunque lo stesso processo, abolizione e ripristino della stampa preventiva, ampliamento del pubblico dei lettori, innovazione tecnologica, riorganizzazione dei mercati. Dopo il decennio 1830-40, si può iniziare a parlare di seconda rivoluzione del libro, grazie alla meccanizzazione e alla crescita esponenziale del pubblico.

Dopo il 1760, una grave crisi aveva colpito il mercato e la produzione libraria italiana; si cominciarono inoltre a sperimentare le prime "biblioteche", collane a uscita periodica con titoli di carattere letterario o teatrale in molti volumi di piccolo formato e a prezzi contenuti. Tuttavia rivoluzioni e guerre avevano interrotto questi primi accenni di innovazione, mentre la supremazia editoriale passava da Venezia a Milano, che mantenne e rafforzò la propria posizione anche dopo la Restaurazione. L'esempio di impresa più frequente era quello della piccola azienda artigiana: i librai-stampatori, spesso di origini umili, non trascurarono mai la pura attività commerciale.

Nel Regno di Napoli invece vi erano moltissimi tipografi che, tutelati da barriere doganali, ristampavano le opere dei colleghi settentrionali

La situazione negli anni '30 dell'Ottocento cominciò a cambiare e la figura dell'editore assunse una rilevanza che prima non aveva mai avuto: lo stesso termine "editore" entrò nel linguaggio corrente per definire una professione diversa da quella di chi stava dietro il bancone della bottega o nell'officina con i torchi. E così in tutta Europa l'editore non ha più tempo per il commercio al minuto: abbandona quindi la bottega e i commessi e si ritira in ufficio assieme a un insieme di collaboratori. L'editore stava diventando un imprenditore capitalista, impegnato nell'innovazione del prodotto e nella ricerca di nuovi sbocchi, con una propria specifica cultura.

### **5.3 Le ristrettezze del mercato**

Gli editori della seconda metà dell'Ottocento ebbero la loro parte nel creare gli italiani: attraverso la carta stampata da loro prodotta, si diffuse in ogni strato della popolazione la lingua e la cultura italiana e si rinsaldò il senso dell'unità nazionale. Nacquero in questo periodo molti giornali, come «La Nazione», «Il Corriere italiano» e «La Capitale».

Tuttavia, lo sviluppo editoriale non avvenne in modo uniforme in tutta la penisola e si realizzò soprattutto in alcune città del Centro Nord, fra cui spiccò da subito Milano. Al contrario, le imprese del Sud furono colte impreparate di fronte all'aggressività delle imprese del Nord.

Il problema centrale affrontato dagli editori e dai tipografi subito dopo il 1861 fu quello del mercato: l'industria della carta stampata avrebbe avuto bisogno di un vasto mercato per far fronte agli altissimi costi; invece si trovò di fronte ad una domanda del tutto insufficiente. Inoltre, non esisteva una moderna rete di distribuzione, quindi l'altro grande problema era quello della commercializzazione dei libri. Gli studiosi hanno sottolineato le cause di fondo che sembrano spiegare la ristrettezza del mercato e la scarsa disposizione degli italiani a leggere libri. Innanzitutto, le alte percentuali di analfabetismo che al momento dell'unificazione nazionale caratterizzano il nostro paese. Al problema dell'alfabetizzazione è strettamente legato quello dell'istruzione pubblica: fino al 1877, infatti, non esiste nell'Italia unita l'obbligo di istruzione elementare e con molta lentezza il sistema scolastico pubblico si adegua agli standard degli altri paesi europei. Inoltre, la

scuola non è mai apparsa un veicolo idoneo a ispirare negli allievi il gusto e il piacere della lettura.

L'inelasticità del mercato veniva aumentata dalla politica governativa e da quella doganale; in particolare, tutti gli editori erano uniti per modificare la regolamentazione del diritto d'autore, ritenuta insufficiente a garantire una reale esclusiva all'autore e a evitare il rischio di contraffazioni. Il presupposto per ottenere il *copyright* non era la mera creazione dell'opera, ma una dichiarazione di proprietà letteraria da fare al prefetto: la dichiarazione poteva essere fatta anche da più persone, bastando il deposito di tre copie e il pagamento di una tassa.

Il mercato della carta stampata tentava di occupare ogni spazio possibile, rivolgendosi ad un pubblico di lettori sempre più differenziato rispetto a quello tradizionale delle persone colte, come tecnici, artigiani, donne e bambini.

Fu così che molti editori alla ricerca di nuovi spazi imboccarono la strada della specializzazione, puntando al mercato dei libri religiosi e di devozione: si trattava di opere destinate ai fedeli per la loro istruzione ed edificazione, ma erano anche opere destinate al clero. Altri editori si dedicarono quasi esclusivamente alla stampa scientifica, a quella tecnica e a quella giuridica, mentre altri ancora a quella popolare. Il settore di mercato più promettente fu il libro di scuola, nel momento in cui lo Stato mirava ad abbattere l'enorme piaga dell'analfabetismo e ad elevare l'istruzione.

Così dal 1880 al 1895, l'industria editoriale conobbe un periodo di sviluppo, anche grazie alla diffusione delle scuole; il centro più importante in Italia era Milano, la cui produzione superava lungamente quella di Torino e Firenze, mentre era inferiore solo a quella di Roma. Dagli anni Ottanta, qualche segno di sviluppo cominciò a interessare anche alcune zone del Sud, soprattutto in Campania e in Sicilia.

Il romanzo diventa il genere capace di riprodurre la variabilità e la mobilità del microcosmo sociale; a far esplodere questo genere furono una serie di fattori: l'estendersi dell'alfabetizzazione, la ricerca di una lingua d'uso vicina a quella parlata, l'incremento nel consumo di giornali e riviste alla moda.

Intanto, sono cadute le barriere doganali del mercato editoriale, che si sta sempre più espandendo, soprattutto nel caso dei periodici e a diffusione popolare, dei quotidiani, dei settimanali illustrati e delle riviste in genere.

Il romanzo d'appendice inizia la sua fortunata storia dal 1836, riscontrando un enorme successo di pubblico: è una letteratura che ha funzione consolatoria e gioca

sull'opposizione fra buoni e cattivi; ma la caratteristica più importante è il situarsi delle vicende narrate nel presente e nell'ambito umano e sociale di una città spesso degradata e squallida: dunque è il realismo l'elemento distintivo di questi racconti.

#### **5.4 Tra la fine dell'Ottocento e la Prima Guerra Mondiale**

La fine dell'Ottocento e gli anni precedenti la Prima Guerra Mondiale si configura come un periodo di complessivo consolidamento e di relativa espansione dell'editoria libraria italiana: le dimensioni delle aziende risultavano più modeste, il numero delle novità era più basso, mentre le tirature dei libri si avvicinavano di rado alle cifre che costituivano la norma altrove. Accanto al libro, inoltre, si cominciarono ad affiancare altri passatempi come la stampa periodica illustrata, gli sport, gli spettacoli cinematografici.

Per molti aspetti il libro ancora nei primi anni del Novecento si configurava come un genere di consumo riservato ad aree sociali relativamente circoscritte; la lettura di libri adatti rientrava infatti nelle occupazioni di madri e figlie, mentre per la gran parte della popolazione lavoratrice italiana, i salari erano troppo bassi affinché consentissero consumi extra-alimentari.

Alla crescita del mercato librario interno non corrispondeva un parallelo incremento delle esportazioni: esisteva un'area potenziale di italiani che erano emigrati, ma le loro condizioni socio-economiche limitavano le reali possibilità di assorbimento; infine, la legislazione doganale italiana colpiva attraverso i dazi i volumi nazionali. Dunque, erano più i libri stranieri che entravano in Italia che non quelli italiani che riuscivano ad andare all'estero.

Intanto, Milano continuava a mantenere la sua posizione come maggiore centro editoriale nazionale, seguita da Torino e Firenze; le aziende del Sud invece continuavano a non essere alla pari con quelle del Nord.

Con l'inizio della guerra, l'intervento italiano comportò l'immediata interruzione degli scambi anche librari; complessivamente il conflitto incise in varie forme sulla scelta delle opere da pubblicare: si crearono collane o serie specifiche legate all'attualità e si caratterizzarono in funzione più patriottica molti testi destinati alla

gioventù. L'aumento progressivo dei costi di produzione portò ad accantonare o rinviare in alcuni casi i progetti più impegnativi.

La conclusione del conflitto non comportò un immediato ritorno alla realtà; i prezzi delle materie prime proseguirono nella loro ascesa: in particolare la carta, mentre vennero mantenute le facilitazioni riservate ai produttori di giornali. Il settore che per le sue caratteristiche era meno a rischio rispetto alle incertezze del momento era quello scolastico, anche se il decremento della natalità conseguente alla guerra avrebbe influito negli anni successivi sul numero degli alunni. Tuttavia, la produzione scolastica rimaneva il perno dell'attività sia delle ditte operanti del Nord che di quelle del Mezzogiorno.

L'attività nel dopoguerra è caratterizzata soprattutto per l'abbondante produzione nel campo della narrativa e dei libri di intrattenimento, realizzata con l'idea che fosse più facile allargare la fascia della clientela, ovviando con tirature e vendite più alte all'incremento dei costi. Un sottogenere particolarmente coltivato fu quello della narrativa a tinta scandalistica e audace, insieme alla parallela proposta di romanzi polizieschi e di avventure.

## 6. IL NOVECENTO

### 6.1 Gli anni del fascismo

Dal 1925 alla fine della seconda guerra mondiale la dittatura fascista consoliderà il controllo politico dei circuiti culturali; la tendenza all'industrializzazione dell'editoria vede un grande sviluppo fra le due guerre e si affermano criteri di produzione libraria rivolte ad un potenziale mercato di massa: in Italia si affermano infatti nuovi strumenti di comunicazione, fondati sullo sviluppo tecnologico.

L'offerta del libro comincia a muoversi su sistemi di vendita e di promozione più aggiornati, caratterizzati dalla ricerca e dalla formazione di un nuovo pubblico. L'editoria convive con il regime, che a sua volta utilizza l'organizzazione culturale come strumento privilegiato di propaganda politica e ideologica.

In Italia il sistema dei *media* subisce una condizionante presenza del potere fascista ed anche gli editori ideologicamente lontani dal fascismo mostrano un atteggiamento segnato dalla cautela e dalla prudenza, ma la censura più aspra arriverà alla fine degli anni Trenta in un clima internazionale teso, mentre in Europa la cultura popolare degli Stati Uniti inizia ad esercitare un'egemonia incontrastata, tanto che una funzione innovativa a livello di massa, viene svolta dalla diffusione popolare dei "gialli" e dei fumetti di Topolino.

In questi anni, si diffonde una nuova attenzione per le tematiche religiose: nel progressivo vuoto di valori e alla ricerca di nuovi riferimenti la cultura italiana di quegli anni sembra rinnovare l'interesse per le questioni spirituali e per la fede.

Negli anni Trenta, l'editoria è impegnata in un processo di industrializzazione, con una marcata crescita nel settore letterario e nella produzione di testi di scienze morali. Si ha un aumento delle tirature e una concentrazione di capitali in poche grandi aziende che controllano gli acquisti di un pubblico di lettori sostanzialmente limitato.

Le attenzioni politiche verso il libro arrivano al loro culmine con la decisione governativa di inasprire i sistemi di censura attraverso un'opera di bonifica dei libri, effettuata nel 1938 da una commissione voluta dal ministero della Cultura popolare: da quell'anno, tutte le opere di autori stranieri furono obbligate a

sottostare al nulla osta del ministero della Cultura popolare; subito dopo gli autori ebrei vennero eliminati dai cataloghi; infine, dal 1941 la censura colpì anche la letteratura popolare americana.

Con il perdurare dello scontro internazionale la produzione libraria diminuisce, mentre si mantiene discreto il livello produttivo dei periodici. L'armistizio e la guerra civile mettono in seria difficoltà il sistema editoriale italiano, danneggiato dai bombardamenti, dal difficile reperimento della carta, dalle difficoltà nei collegamenti, dallo sbandamento politico generale.

## **6.2 L'Italia repubblicana**

In Italia, mentre procede la liberazione, il desiderio di comunicazione e di confronto delle idee si esprime sia nei quotidiani, che nelle riviste di politica, investendo anche l'editoria.

La narrativa rimane il genere più forte nonostante il nuovo interesse per la saggistica politica e storica: la necessità di confrontarsi con il passato e di conoscere le esperienze di altri paesi è l'imperativo che si pongono tutti gli intellettuali impegnati nell'opera di ricostruzione della società italiana. Dunque, sono le collane di storia che hanno un posto di spicco, in un paese dove la storia ha sempre rappresentato una componente essenziale.

Negli anni Settanta e Ottanta si assiste invece ad un incredibile aumento degli editori, soprattutto a Nord, che si avvantaggia rispetto al Centro, mentre il Sud rimane stabile.

Sulla produzione incide in particolar modo quella per ragazzi; a questa si aggiungono delle novità come il tascabile, i romanzi rosa, il romanzo di consumo statunitense, mentre la concorrenza della televisione porta ad una riduzione dei libri di avventura e dei gialli. L'editoria assume caratteri industriali ed è dominata dal potere economico e politico e dalla logica di mercato.



### **6.3 Il libro di massa**

Il periodo dalla metà degli anni Cinquanta fino ai primi anni Settanta segnò un nuovo sviluppo dell'editoria, concentrata in poche grandi imprese; questo è anche il periodo della crescita dei settimanali illustrati e dei tascabili, mirati verso un consumo basso. Nel Novecento, il tascabile accompagna il pubblico di lettori al di fuori della tradizione dei luoghi e dei modi di lettura; la cultura sembra passare attraverso forme diverse e altri canali; il libro comincia ad entrare anche nella Rete: se ancora non è possibile leggervi un best seller la causa va ricercata nella mancanza di tecniche perfezionate tali da proteggere efficacemente i diritti, ma molti altri testi sono presenti.

# INIZIO RIVISTE

## 1. LA NASCITA E LO SVILUPPO DEI PERIODICI

### 1.1 I primi periodici

Le origini del giornalismo moderno possono essere fatte risalire intorno al 1500, in seguito all'invenzione della stampa a caratteri mobili da parte di Gutenberg. Infatti, è in questo periodo che cominciano a diffondersi i notiziari delle compagnie di navigazione, con informazioni di tipo economico, commerciale e politico.

I giornali più antichi uscivano con periodicità diverse, a volte anche in maniera discontinua. Per la nascita delle prime pubblicazioni a carattere periodico bisogna aspettare la fine del '500, con il perfezionamento delle tecniche di stampa. Le prime pubblicazioni a stampo giornalistico nascono invece intorno a primi anni del 1600:

- nel 1605 la *Nieuwe Antwerwsche Tijdinghe* di Anversa
- nel 1615 il tedesco *Frankfurter Journal*
- nel 1626 l'inglese *The Weekly Newes*
- nel 1631 la francese *Gazette*, voluta da Richelieu

Sono tutti prodotti di piccolo formato a periodicità settimanale, contenenti anche illustrazioni di battaglie o ritratti di sovrani e uomini politici.

Per quanto riguarda l'Italia, il primo periodico di cui si ha notizia nasce a Firenze nel 1636, seguita da una seconda a Genova nel 1639, a Milano e Bologna nel 1642 e a Torino nel 1645. In ritardo appaiono anche nel Sud, con le prime pubblicazioni in Sicilia nel 1675 e a Napoli nel 1678.

Il primo quotidiano nasce a Lipsia nel 1660, intitolato "Notizie fresche sugli affari della guerra e del mondo", che continuerà ad essere stampato fino al 1921.

Il primo quotidiano inglese di cui sappiamo è invece la *London Gazette*, del 1655; questo nuovo genere si caratterizzava per un formato maggiore.

I quotidiani cominciano a prendere piede nel 1700, in corrispondenza con la rivoluzione industriale e quella francese.

La nazione che vede la maggiore diffusione e crescita dei quotidiani è l'Inghilterra, cosa che si riflette anche nei titoli delle riviste nate in quegli anni. Ancora in Inghilterra nascono anche i primi giornali della sera, le prime pubblicazioni per le zone lontane da Londra e le prime forme di giornalismo leggero.

I primi esempi di stampa periodica a carattere non informativo nascono circa a metà del Seicento: sono pubblicazioni prevalentemente a carattere letterario, culturale e scientifico. Questo genere di giornale verrà importato con successo in Italia, con il trimestrale romano *Il giornale dei letterati* del 1668 e il veneziano *Giornale dei letterati d'Italia* del 1710, ma soprattutto con *Il Caffé* di Pietro Verri del 1764, rivista degli illuministi italiani.

Importante da ricordare anche l'inglese *Gentleman Magazine*, esempio di pubblicazione da cui è derivato il termine "magazine", per indicare proprio questo genere di giornali.

È dal XIX secolo che si comincia a differenziare quotidiani, mensili, settimanali e le altre pubblicazioni con varia periodicità.

Oltre alle normali testate di informazione, già nella prima fase di evoluzione si fecero spazio testate "specialistiche", fra cui anche alcune di alto livello scientifico e culturale; molte non sono state conservate, dato che all'epoca della loro pubblicazione non si capiva l'importanza e il valore storico che avrebbero avuto qualche secolo più tardi.

L'incredibile varietà dei periodici copre praticamente ogni argomento possibile, andando dalle cose più banali a quelle più innovative.

Fra le più antiche forme di periodici troviamo gli *almanacchi*, nati dallo studio delle stagioni nelle culture agricole, ma spesso contenenti argomenti di diversa specie. Ad esempio, troviamo un antico almanacco italiano, "Il Pescatore di Chiaravalle", diventato un repertorio di approfondimenti culturali che non hanno nulla a che fare con l'agricoltura.

Ancor prima dell'invenzione della stampa, esisteva un numero infinito di volantini, pamphlet, notiziari e opuscoletti, mentre con la disponibilità di nuovi strumenti di riproduzione si aprirono nuovi orizzonti, pur in modo graduale e disordinato: infatti, è solo con la fine del XVI secolo e l'inizio del XVII che comparvero testate con periodicità regolare.

Le prime raccolte mensili di notizie sono uscite nel 1597 a Rorschach in Svizzera, ad Augusta e a Praga; nel 1601, ad Anversa uscì una raccolta con periodicità bimestrale, mentre la prima gazzetta settimanale uscì ad Augusta nel 1601. Ancora, altre analoghe uscirono a Strasburgo nel 1609, a Basilea nel 1610, a Francoforte nel 1615; i primi periodici in Francia risalgono al 1631, mentre in Italia invece fanno la sua comparsa a Firenze nel 1636. Il primo con un'impaginazione a colonne, quindi più simile ad un quotidiano moderno fu l'Oxford Gazette, nel 1665.

Nel XVII secolo, le testate furono varie, ma il fenomeno si espanse nel XVIII secolo, quando intorno ad alcuni periodici si aggregarono importanti movimenti culturali.

Fin dall'inizio, si scatenò il contrasto fra libertà di stampa e la volontà del potere di controllarla e molte riviste si asservirono ai governi o agli centri di potere. Molteplici furono le forme di censura e della limitazione della libertà di stampa, a volte con precisi divieti e forme preventive di controllo, altre volte con forme meno esplicite, ma comunque forti di repressione. Era così iniziata una vicenda che ancora oggi non si può dire conclusa.

## **1.2 Le riviste italiane a fine '800**

Fra le riviste storiche in Italia, ricordiamo il *Caffè* dei fratelli Verri e di Cesare Beccaria, rivista che ebbe vita breve (1764-65), ma rimase comunque un pilastro dell'evoluzione della cultura illuminista. Altrettanti di breve durata, ma di fondamentale importanza furono l'*Osservatore veneto* di Gasparo Gozzi e la *Frusta letteraria* di Giuseppe Baretti; alcuni periodici di impegno culturale esistevano già nel secolo precedente, ad esempio *Un giornale de' letterati*, che usciva a Roma dal 1668, insieme a testate analoghe nate a Venezia, a Parma e a Modena.

Alla fine del Settecento, ci furono le prime affermazioni formali della libertà di stampa, che fu sancita dal Bill of Rights<sup>4</sup> della Virginia nel 1776 e poi dalla Costituzione degli Stati Uniti nel 1789; in Inghilterra, la censura fu abolita nel 1795; con la rivoluzione francese si diffuse l'influenza politica dei giornali e si affermò il principio della libertà di stampa.

---

<sup>4</sup> Documento stilato dal Parlamento britannico nel 1689, riguardante la dichiarazione dei diritti

Alcuni periodici ebbero un ruolo molto importante nel Risorgimento italiano: *La Giovane Italia* di Mazzini circolava clandestinamente dal 1832; *Il Conciliatore*, nato a Milano nel 1818, esprimeva cautamente idee liberali e per questo fu soppresso dalla censura austriaca. Vita più lunga ebbero a Firenze *L'Antologia* di Giovan Pietro Vieusseux e a Milano il *Politecnico* di Carlo Cattaneo nel 1839. L'idea di libertà di stampa si era diffusa in Italia dopo la rivoluzione francese e le conquiste napoleoniche, ma fu nuovamente repressa negli anni della Restaurazione.

Oltre alla forza militare e alla politica di Cavour, un altro motivo di predominio piemontese nel Risorgimento fu la maggiore libertà di stampa sancita da una legge promulgata a Torino nel 1848, che in seguito divenne norma nazionale del regno d'Italia nel 1861.

Alcune testate torinesi ebbero influenza anche fuori dal Piemonte, in particolare *Il Risorgimento*, diretto da Cesare Balbo e poi da Cavour; *L'Opinione*, di Giacomo Durando e *La Concordia* di Lorenzo Valerio.

Nella seconda metà del XIX secolo e poi nel XX si moltiplicarono non solo i quotidiani, ma ancor più i periodici, con una impressionante varietà e complessità. Una categoria particolare è quella dei "domenicali", che in alcuni paesi ottennero una grandissima diffusione: in Italia, *La domenica del Corriere* uscì per novant'anni dal 1899 al 1999, rimanendo sempre un riferimento unico nel suo genere. Altre testate che ebbero un ruolo rilevante furono: *La Tribuna illustrata*, del 1890 e *La lettura*, supplemento letterario del Corriere della Sera che uscì dal 1901, fino all'inizio della seconda guerra mondiale.

La libertà di stampa, abolita durante il regime fascista, fu ristabilita nel 1948 dopo la fine della guerra dalla Costituzione della Repubblica Italiana: la ritrovata libertà e un maggior benessere economico aprirono la via ad una maggiore diffusione della stampa periodica, cosa che fu permessa anche da un aumentare degli investimenti pubblicitari.

Tra la fine dell'800 e il '900, nacque la stampa su carta di cattiva qualità, i libri e i giornali venivano malamente stampati e rilegati, ma, essendo venduti a basso costo, ebbero subito larga diffusione. Questo fenomeno editoriale è proprio degli USA con i *dime novel* e dell'Inghilterra con i *penny dreadful*: come appena detto, erano romanzi e riviste brevi a basso costo che prendevano il nome dal loro prezzo: 10c, ovvero un dime o un penny. Il loro pubblico era composto da giovani e lettori

non istruiti, i contenuti trattavano sempre di lotte del bene contro il male, spesso con elementi di orrore e crudeltà.

Tra il 1920 e il 1950, ebbero molto successo i *pulp magazine* o *pulp fiction*, delle economiche riviste di racconti, il cui nome “pulp” deriva dalla carta con cui venivano stampate le riviste, ottenuta dalla polpa dell’albero e quindi di qualità più scadente: era infatti più spessa e più ruvida, che con il tempo ingialliva.

I *pulp* sono ricordati soprattutto per le storie violente e spesso oscene, per le copertine sexy e raccapriccianti: sulle copertine infatti vi erano donne seminude, solitamente in attesa di essere salvate dall’eroe di turno. A volte i fumetti moderni sono considerati discendenti degli eroi dei pulp fiction, anche se i fumetti vengono scritti per bambini e adolescenti, mentre i pulp puntavano ad un pubblico adulto.

### **1.3 Stampa periodica nella prima metà del ‘900.**

Le riviste letterario-culturali ebbero nell’Italia del primo Novecento un ruolo non secondario nel dibattito pubblico. Il sorgere di correnti e movimenti si traducevano nella nascita di nuovi periodici finalizzati a catalizzare l’attenzione dei ceti dirigenti del paese, e talvolta capaci di alimentare fermenti sociali e politici significativi.

Ad un livello alto si colloca la “Critica”, rivista fondata nel 1903, una delle più qualificate della cultura italiana dell’epoca. Sempre nel 1903 comparve “Leonardo”, di orientamento antiborghese e antipositivista; nel 1908 comparve “La Voce”, in cui la critica al regime parlamentare e nell’Italia del tempo diventava più articolata e si traduceva in analisi di notevole valore. Alla “Voce” collaborarono alcuni dei più affermati intellettuali italiani, considerati anche maestri di giornalismo per le loro denunce.

Nel complesso, queste riviste contribuirono ad introdurre in Italia autori come Nietzsche, Kierkegaard, Bergson e molti altri, proponendo un’analisi delle contraddizioni sociali e politiche. Allo stesso tempo contribuirono però ad alimentare una corrente antisocialista, antiliberal e antidemocratica, che avrebbe concorso a trascinare il paese nel conflitto mondiale.

Le riviste erano anche strumenti di evasione, alimentando infatti sogni di gloria in cui la piccola borghesia italiana cominciò presto a perdersi. Mancò quasi

completamente nella stampa periodica italiana dell'epoca un filone di giornalismo d'inchiesta impegnato, con forte valore sociale.

Non mancarono invece le testate settoriali, che si moltiplicarono per seguire gusti e tendenze: il nuovo entusiasmo per il giornalismo sportivo segnò la crescita della "Gazzetta dello Sport", ma anche la nascita di molti settimanali destinati a lunga vita e a successo.

Nuove testate si affiancarono a quelle già esistenti anche nei settori dedicati a scienza, tecnica, donne e ragazzi. Vanno infine segnalati anche quei giornali «di nicchia», con una precisa caratterizzazione ideologica, spesso satirica.

## **2. I ROTOCALCHI**

### **2.1 Diffusione del rotocalco**

Nel periodo tra le due guerre il mondo dell'editoria mise a punto una nuova tecnica di stampa, il "rotocalco", che consentiva di stampare fotografie con buoni risultati anche se su carta poco pregiata. La stampa rotocalco o rotocalcografia è una stampa diretta incavografica e rotativa: si effettua con matrice ad incavo, al contrario della stampa tipografica.

Le macchine per effettuare questo tipo di stampa sono di vario tipo:

- macchina piana, dove la pressione viene effettuata in piano tramite un cilindro azionato a mano;
- macchina cilindrica a foglio, dove la pressione viene effettuata da un cilindro sul cilindro matrice;
- macchina cilindrica a bobina, i cui principi di funzionamento sono simili a quelli della macchina a foglio.

Nei primi due casi si utilizza carta su foglio, mentre nel terzo caso carta in bobina. Questa tecnica fu inventata da Maso Finiguerra e fu sperimentata per la prima volta nel 1450.

L'incisione praticata con un bulino, riceve l'inchiostro che poi, attraverso la pressione del torchio, si deposita sul foglio; l'incisione può essere eseguita a mano, metodo diretto, oppure viene ottenuto con mezzi chimici corrosivi, metodo indiretto. Oggi il sistema "rotocalco" viene utilizzato soprattutto per periodici illustrati e riviste a grande tiratura.

Questa tecnica aprì la strada ad un nuovo genere di periodici, i "rotocalchi" appunto, che potevano ritrarre fatti di vita quotidiana e mondana con immediatezza. Tale produzione si divise in due rami: nuove riviste di attualità (i *newsmagazine*), con fotografie ed articoli di elevata qualità su guerre, problemi sociali, eventi internazionali; e riviste dedicate al costume, pettegolezzi e scandali riguardanti soprattutto il mondo del cinema e dello spettacolo. Dunque, la grande novità fu la rapida affermazione dei nuovi settimanali illustrati.



In nessun altro paese la nuova fase di trasformazione dell'editoria giornalistica si manifestò in modo così ampio, rapido e profondo come negli Stati Uniti, che da questo momento assunsero definitivamente la leadership dell'innovazione nel campo dell'informazione.

Apparve una nuova generazione di quotidiani americani "popolari", di formato tabloid, caratterizzati da una prima pagina interamente occupata da una o due fotografie di grande effetto, corredate da titoli.

Rivolti ad un pubblico di basso livello culturale, i nuovi tabloid davano larghissimo spazio alle foto, avevano articoli brevi e semplici, sempre a tinte forti, puntavano moltissimo sulla cronaca nera, sugli scandali che coinvolgevano i divi del cinema, sullo sport, su giochi e fumetti. La componente di inchiesta e analisi sociale era praticamente azzerata, mentre la polemica politica si riduceva prevalentemente a campagne scandalistiche a danno di singoli uomini politici.

Un'altra fondamentale innovazione americana fu la comparsa di un nuovo tipo di settimanale: il *newsmagazine*. Era, colorato, agile, pieno di fotografie, con articoli di varia lunghezza scritti con stile brillante e dinamico. Il capostipite del nuovo genere fu «Time»: apparve nel 1923 e inaugurò un nuovo tipo di informazione seria ma vivace, articolata, ricca, caratterizzata da punti di vista chiari e semplici e da una propensione alla narrazione di storie che coinvolgessero ed emozionassero il lettore. Nella rivista si trovava un insieme di reportage internazionali, notizie dall'interno, articoli su scienza, religione, arte, radio, scuola, salute, il tutto contornato da una grafica colorata. Grande attenzione fu anche prestata alla elaborazione di un nuovo linguaggio scorrevole, informale, vicino al colloquiale.

## **2.2 I rotocalchi in Italia**

Lo spazio vuoto lasciato dalla mancanza di quotidiani "popolari" in Italia, fu occupato dai rotocalchi e da una vasta e complessa varietà di testate specialistiche, dalla larga diffusione di riviste femminili e da ogni sorta di settimanali o mensili dedicati a specifici argomenti. La proliferazione fu tale che in Italia nel 1971 uscirono 326 riviste settimanali, più che in qualsiasi altro paese europeo, anche se spesso queste testate avevano vita breve.

Per molti anni, il periodico più diffuso in Italia fu Famiglia Cristiana, con il vantaggio di una catena di distribuzione privilegiata, ovvero le parrocchie, ma anche una notevole modernità dei contenuti, rispetto alla tradizione della stampa cattolica; ancora oggi è una delle testate di maggior successo.

Il rotocalco è un genere presente soprattutto a partire dal secondo dopoguerra nella vita e nelle case degli italiani molto più della seria stampa quotidiana; un linguaggio familiare e un vasto uso delle immagini, avevano portato questo settimanale a non essere più un genere riservato ad un ceto alto, come era ancora alla fine dell'Ottocento, ma in strumento d'informazione privilegiato dalla pubblica opinione. Dunque, nel corso del Novecento, secolo della comunicazione di massa, il rotocalco ha accompagnato l'informazione nella sua trasformazione da comunicazione per pochi a informazione per tutti; importante per la diffusione dei rotocalchi, fu anche il ruolo giocato dalla pubblicità.

In realtà, il termine rotocalco racchiude un vasto insieme di generi, stili, destinatari, con davvero poco in comune: diverse infatti le date, le tipologie, i linguaggi, le motivazioni dei lettori; in comune, invece, la centralità e la grande importanza delle immagini.

Naturalmente c'è notizia e notizia: il rotocalco popolare e il settimanale di notizie.

*La Domenica del Corriere* ha dato il via ai settimanali popolari di tutto il secolo, indicando la strada ad un giornalismo divulgativo, dal linguaggio semplice; i fatti narrati ad un pubblico semplice sono fatti quotidiani e semplici. Agli inizi del secolo, attraverso le pagine de *La Domenica del Corriere*, nuovi lettori appartenenti sia alla piccola e media borghesia che al mondo contadino iniziano ad interessarsi al mondo editoriale e al settimanale illustrato, mondo che era rimasto per lungo tempo territorio dei ceti più alti della società anche a causa del diffuso analfabetismo.

I giornali popolari e i femminili non trovarono ostacoli al loro corso, tuttavia in epoca fascista alcune testate ebbero altra sorte. Uno dei maggiori avvenimenti di questo periodo, infatti, fu la soppressione di *Omnibus* fondato a Roma da Leo Longanesi nel 1937. Giornale per un'élite intellettuale, il preteso per cui fu fatto chiudere fu un articolo di Alberto Savinio, accusato di irriverenza nei confronti di Leopardi, la cui morte vi veniva attribuita ad una indigestione di gelati. Con la sua soppressione nel 1939, terminò un'esperienza che avrà seguito nei migliori settimanali del dopoguerra.

### 2.3 Gli anni Cinquanta

Ben presto i rotocalchi italiani relegarono ai margini l'indagine sociale e si dedicarono a costruire una visione del paese, fatta di miss Italia, famiglie in vacanza, dolce vita romana, divi di Hollywood. Protagonista del fotogiornalismo italiano divenne così il *paparazzo*, che inseguiva i divi del cinema per locali e ristoranti. Concedendo scarsissimo spazio alla politica, i rotocalchi si concentravano su matrimoni, separazioni, malattie, miracoli, tragedie, confessioni, sia di gente comune colpita da circostanze eccezionali sia soprattutto di personaggi famosi; proponevano una ideologia tra buoni sentimenti e celebrazione del nuovo consumismo, insieme a consigli di economia domestica e di bellezza e rubriche fisse. Furono certamente strumento più di evasione che di informazione.

Importate degli anni Cinquanta fu il successo dei periodici di notizie: nel dopoguerra fecero nuovamente la loro comparsa *Tempo* e *Oggi*; quest'ultimo poi avrà contenuti molto diversi dal primo, contenuti che tenderanno a soddisfare un target piccolo borghese, consumatori delle vicende della nostra aristocrazia e di quella internazionale; ma sono anche pagine che raccontano i nuovi problemi dell'Italia e le nuove prospettive sociali.

Molto diverse le scelte fatte dai settimanali diretti o ispirati alla scuola di Benedetti, scelte che si allontanavano dal gusto della cronaca e del pettegolezzo, preferendo l'inchiesta e l'indagine politico sociale.

I settimanali tenderanno anche a sottolineare la potenza espressiva della fotografia, che portò indubbiamente al successo dei settimanali del dopoguerra.

Altro ramo di questo genere, furono i "femminili", più espressamente rivolti alle donne, alcuni concentrati su pettegolezzi, spettacoli, storia di vita vissuta; altri erano dedicati alla moda, trucco, cucina, gestione della casa e della famiglia. Fino agli anni Sessanta riviste come *Anna*, *Amica*, *Grazia*, continuarono a proporre un modello di donna in parte tradizionalista, sempre pronta a soddisfare i bisogni di figlio e marito, e in parte dedita alla seduzione e alla cura del proprio corpo.

Infine, anche in Italia si può assistere alla moltiplicazione di testate settoriali, da quelle di caccia e pesca, ai giornalini per ragazzi, alla stampa sportiva.

## 2.4 Gli anni Sessanta e Settanta

Gli anni Sessanta sottolineano molto la concorrenza fra i settimanali e la televisione, segnando un arresto nel cammino di quest'ultimi. Preferita dai lettori e dai pubblicitari, la televisione risultò vincente per la spettacolarità che poteva garantire al suo racconto, molto superiore a quella dei settimanali, tanto che la crisi si abbatté sia sui colossi americani che sui settimanali europei.

Intanto era nato *Panorama*, pubblicato a Milano nel 1962 da Mondadori: da subito va controcorrente preferendo il testo scritto all'immagine; conquista in fretta la parte di mercato di lettori e critici del mondo politico, interpretandone l'aspirazione ai cambiamenti socio culturali.

Gli editori, subendo la concorrenza della televisione, sperimentano nuove vie per uscire dalla crisi degli anni '60: assecondando interessi e preferenze di un pubblico sempre più differenziato, agli inizi degli anni Settanta, nascono e si affermano periodici specializzati e settoriali. Nasce così l'Espresso colore e l'Espresso economia e finanza.

Segno dello sforzo di adeguamento ai gusti del pubblico che trova sempre più in altri media le proprie fonti informative, è la riduzione del formato dei settimanali, così da assecondare le esigenze di funzionalità del pubblico, che mal sopporta la scomodità del rotocalco e che in molti casi predilige il più maneggevole formato tabloid.

La tendenza alla specializzazione già manifestatasi negli anni Settanta connoterà il mercato in modo più profondo nel decennio successivo, diventando scelta obbligata sia per la stampa settimanale che per quella quotidiana.

Il primato sempre avuto dalla politica cede il passo a nuovi argomenti, verso il disimpegno: si vede dunque la nascita e la diffusione di mensili specializzati, sport, natura, casa, giardinaggio, turismo, salute e corpo, non solo quello femminile, ma anche quello maschile; infatti, questi sono gli anni della nascita dei mensili per uomini.

Non è dunque più il tempo delle inchieste e a dimostrarlo vi è la crisi dei giornali politici; i lettori sono indaffarati e frettolosi e decretano il successo della formula tradizionale del settimanale popolare.

### 3. GLI UTLIMI VENT'ANNI

#### 3.1 L'avvento della televisione

Con l'avvento della televisione, in tutto il mondo, ci fu una crisi di quelle testate periodiche che si basavano soprattutto sulle immagini: il caso più emblematico fu quello del settimanale fotogiornalistico americano *Life*, nato nel 1936, che fu chiuso nel 1972. Il primo settimanale italiano nato sull'esempio di *Life* fu *Tempo*, che uscì nel 1939 e continuò fino al 1976; dello stesso genere è *Epoca*, nato nel 1950, che nel 1997 fu definitivamente chiuso.

Anche altri periodici furono messi in crisi dalla comparsa della televisione: in tutto il mondo nacquero e si svilupparono testate dedicate alla televisione: il *Radiocorriere*, edito dalla Rai, che dalla radio aveva esteso i suoi contenuti anche ai programmi televisivi. Ma in questo campo prese il sopravvento una nuova testata, *Sorrisi e Canzoni*, oggi il periodico più diffuso in Italia. Vi sono in Italia altri due famosi rotocalchi che oggi continuano ad uscire con molto successo: *Oggi*, nato nel 1945 e *Gente*, nato nel 1957, mentre altre testate sono scomparse.

Nel settore dei newsmagazine esistono da più di quarant'anni *L'Espresso*, fondato da Arrigo Benedetti nel 1955 e *Panorama*. Fra i concorrenti ci sono i supplementi settimanali dei quotidiani, alcuni dei quali hanno una diffusione superiore a quella dei newsmagazine storici.

Fra i tanti generi di periodici un ruolo importante da molto tempo è quello delle pubblicazioni satiriche, che ebbero fortuna per moltissimo tempo in tutto il mondo, ma che oggi in Italia sono quasi estinte; insieme a questo genere, importante è da ricordare il *fumetto*, che in parte si rivolge ad un pubblico infantile, ma ha anche delle varianti dedicate agli adulti. Le riviste americane di *comics* hanno diffuso i loro contenuti in varie parti del mondo, tra cui l'Italia. Molti personaggi dei fumetti sono nati sulla carta, ma alcuni derivano dal cinema: un caso particolare è quello di Mickey Mouse, cioè Topolino. La rivista dedicata a questo personaggio nacque nel 1931, pubblicata da Nerbini e rilevata da Mondadori nel 1935, ebbe un grande successo, che continua ancora oggi, tanto che alcune storie di Topolino non furono importanti dall'America, ma ideate in Italia.

Un genere tipico italiano è quello delle storie romantiche a fumetti: *Grand Hotel* nacque nel 1946 e ottenne una larga diffusione; nel 1947 entrò in scena un concorrente, *Bolero Film*, pubblicato da Mondadori. Pare che fosse di Cesare Zavattini l'idea di utilizzare fotografie invece di disegni, dando inizio al genere dei "fotoromanzi", che trent'anni più tardi fu sostituito dai settimanali di pettegolezzo, dedicati soprattutto alle vicende private, vere o inventate di personaggi diventati famosi grazie alla televisione.

Ovviamente la libertà di stampa consiste anche nel diritto indiscutibile di diffondere e di leggere anche le cose più banali e superficiali.

Oggi come mai, le edicole sono piene di riviste di ogni tipo, con continui tentativi di nuove proposte; tuttavia, il numero di lettori non aumenta, anzi, al contrario sembra diminuire.

### **3.2 Rivoluzione digitale**

Sintetizzare l'evoluzione del giornalismo e dell'editoria degli ultimi vent'anni è un'impresa quasi impossibile, visti i continui mutamenti che si sono susseguiti. Possiamo comunque notare da una parte un aumento quantitativo quasi illimitato dell'informazione disponibile ai cittadini, dall'altra un indebolimento della qualità. Principale responsabile di questa tendenza è la tecnologia: nel corso degli anni Ottanta nei quotidiani si è definitivamente imposto l'uso del computer, è diventato possibile condividere testi e immagini, impaginare in pochi attimi, semplificare processi produttivi.

Il cittadino si trova all'interno di un flusso informativo ininterrotto, le notizie possono arrivare da mille fonti diverse e questo ha certamente aspetti positivi, soprattutto in termini di velocità e di diffusione delle notizie, ma rischia di penalizzare approfondimento, originalità e indipendenza.

Tra la fine degli anni Novanta e l'inizio del nuovo Millennio, nel settore dei periodici scoppia un vero e proprio boom della stampa scandalistica legata al mondo dello spettacolo e della televisione.

Il settimanale in assoluto più venduto riguarda il mondo della televisione *Sorrisi e Canzoni Tv*; resistono anche i rotocalchi storici come *Gente* e *Oggi*. Tra i

settimanali non scandalistici la maggiore diffusione è quella di «Famiglia Cristiana», mentre fra i newsmagazine italiani restano *Panorama* e *L'Espresso*. Sotto il profilo dei contenuti e della qualità, il giornalismo italiano rimane segnato da carenze; i giornali sono destinati essenzialmente alla fascia alta della popolazione; usano un linguaggio che presuppone conoscenze superiori alla media, danno preminenza alla politica.

### **3.3 Dagli anni '90 ad oggi**

**1992-1995:** La prima fase della storia del giornalismo online è prettamente americana, con il lancio delle prime testate. Negli Stati Uniti i primi quotidiani arrivano in rete nel 1992, soprattutto i giornali medio-piccoli, che videro nel Web la possibilità di ampliare la propria area di diffusione mantenendo contemporaneamente i costi bassi.

All'inizio si tendeva a trasferire sul Web quello che già esisteva in forma cartacea: si poteva accedere ai siti attraverso una forma di abbonamento e, come c'era da aspettarsi, furono molto poche le persone che accettarono di pagare per un prodotto che potevano avere allo stesso prezzo e in un formato familiare; senza contare che gli utenti erano abituati a considerare Internet come un libero e gratuito scambio di informazioni.

**1995-1998:** Il fallimento economico subito dalla maggior parte dei gruppi editoriali americani diede un freno all'entusiasmo degli altri paesi; bisogna anche ricordare che in questi anni, la penetrazione di Internet nel territorio non era ancora molto diffusa.

L'Italia entrò nel mondo del giornalismo online solo a partire dal 1995, ma sempre con molta prudenza, portando su Internet i contenuti dell'editoria cartacea.

Nel momento in cui il Web cominciò ad entrare nella vita quotidiana di ognuno, non si parlerà più di cultura online, ma solo di cultura. E da qui la svolta: si innescò un meccanismo pericoloso, dove per il giornalismo diventò più importante il fattore scoop, rispetto al controllo curato della notizia e delle sue fonti.

**1998-2001:** In questi anni si ha l'esodo dei giornalisti dalla carta alla rete: tra il 1999 e il 2000 nacquero tutte le maggiori iniziative nel campo dell'editoria online: ad esempio *KataWeb* portale del gruppo *l'Espresso*, che da quel momento ha sempre cercato di presentare al pubblico proposte originali.

Con il 2001, tutte le speranze di successo dell'e-commerce fallirono, tanto che quest'anno fu definito *l'annus horribilis* del business della Rete. Fatti come l'11 settembre hanno messo in evidenza come, davanti ai grandi fatti di cronaca, i quotidiani riescano a sopperire allo svantaggio dei tempi lunghi dell'informazione cartacea grazie ai propri siti internet.

**2002 ad oggi:** Con questa fase si inizia ad uscire dalla crisi ed è caratterizzata dalla fase matura del Web: si è passati da giornali online come semplice estensioni di quelle cartacee a giornali studiati appositamente per il Web. Inoltre, non si cerca più di vendere agli utenti i contenuti informativi attraverso abbonamenti. Il pubblico cambia: vi è un maggiore afflusso di pubblico più giovane verso le edizioni online; pare che le nuove generazioni siano sempre più portate a frequentare il mondo di Internet, ma si riconoscono sempre meno nei contenuti dei giornali.

### **3.4 Un incerto futuro**

Uno fra i maggiori fatti nuovi nello scenario giornalistico degli ultimi anni è senza dubbio lo sviluppo di internet. Il rapporto tra Rete e informazione è complesso e multiforme. L'espressione più semplice e diretta è stata la nascita delle edizioni online delle principali testate giornalistiche: ormai è possibile leggere sul proprio computer versioni elettroniche di quasi tutti i maggiori quotidiani del mondo, aggiornate ogni poche ore e quasi sempre gratuite. Proprio la concorrenza delle edizioni online è diventata ovunque una delle cause del calo di vendite delle edizioni cartacee, specialmente fra i giovani, che vanno perdendo l'abitudine all'acquisto del quotidiano in edicola.

D'altro canto, i giornali online rappresentano una evidente crescita dell'informazione disponibile ai cittadini; consultandoli è più facile essere indotti a concentrarsi sulle notizie principali invece di cercare le più originali, come può



avvenire sfogliando il giornale cartaceo. Se da un lato la versione online può essere più ricca, offrire link che conducono a documenti in versione integrale, a collezioni di dati, ad approfondimenti dettagliati, dall'altro lato gli articoli da leggersi su computer devono essere più brevi e più semplici, e il tempo per consultare il giornale rischia di essere più lungo. Ma ancora, la Rete ha consentito il fiorire di molte nuove fonti informative: vere e proprie testate giornalistiche esclusivamente online; siti di vario genere contenenti informazioni normalmente poco accessibili; l'enorme fenomeno del blog, dei siti Web creati da singoli individui per diffondere informazioni e commenti di ogni genere.

Il problema in questo mare di notizie, immagini, commenti e messaggi è trovare la via giusta per fare dell'informazione uno strumento di conoscenza e libertà, e non di confusione.

Il diritto del cittadino a ricevere notizie corrette e imparziali sulla propria comunità è sottoposto a crescenti minacce; ma la libertà di informazione resiste come valore di riferimento, creatosi attraverso secoli di battaglie.

# **EBOOK**

## **1. LA CULTURA DEL LIBRO**

### **1.1 Cos'è il libro**

Il mondo in cui viviamo è un prodotto della cultura del libro. Il nostro vivere sociale è basato sulla scrittura, ma soprattutto sulla scrittura organizzata in libri.

Per fare alcuni esempi, la nostra educazione scolastica è ancora largamente basata sui libri di testo; la rivoluzione gutenberghiana e la diffusione della stampa sono tra i fattori alla base della Riforma protestante; ancora, i libri contabili sono alla base del nostro sistema economico...

Il libro per eccellenza, la Bibbia, è nato quando i supporti per la scrittura erano ancora le tavolette d'argilla e i rotoli, divenne libro rilegato solo molti secoli dopo.

Oggi, pensando al libro non possiamo fare a meno di richiamare sia una forma testuale che una fisica. Negli ultimi anni, la situazione sembra essere improvvisamente cambiata: l'introduzione e la diffusione del personal computer e più tardi quella delle reti offrono ai testi supporti diversi da quelli tradizionali; la pagina è sostituita dallo schermo, i caratteri stampati si trasformano in bit e il libro sembra minacciato. La facilità di diffusione e di moltiplicazione dei testi elettronici sembra rappresentare un pericolo mortale per le forme tradizionali di gestione dei diritti e dei ricavi economici, per non parlare delle nuove competenze che vengono richieste a editori e lettori.

Stiamo dunque vivendo una vera e propria rivoluzione, che molti ritengono per importanza paragonabile a quella gutenberghiana, forse addirittura più radicale.

Il libro è un'interfaccia fra noi e il testo: le sue dimensioni devono permetterci di usarlo, trasportarlo, voltare le pagine facilmente; il contrasto fra pagina bianca e inchiostro nero aiuta la lettura; devono essere scelte dimensioni adeguate. Tutto

questo fa parte della ricerca di un'interfaccia di lettura bella ed usabile, ed è uno dei compiti principali dell'editoria e della tipografia di qualità.

Una delle critiche più frequenti mosse alla lettura elettronica sta proprio nella perdita degli aspetti sensoriali, come il rapporto tattile con le pagine, odore della carta e dell'inchiostro; anche se, va detto, il successo del libro a partire dalla sua diffusione non è di certo dovuto all'odore della carta o della colla.

Dunque, interfaccia: in ambito più strettamente informatico, è possibile distinguere fra *interfacce hardware*, come la tastiera o lo schermo del computer e *software*, il modo in cui un programma ci si presenta e ci permette di utilizzare le sue funzionalità, come l'uso di pulsanti e menù.

Quando si parla di libro elettronico ci viene subito suggerito che un ebook sia effettivamente un libro. Al termine 'libro' si associano diverse connotazioni, ma il primo significato dato al termine si riferisce al supporto fisico per la scrittura. Dopo la rivoluzione gutenberghiana, al termine si associa l'idea di una raccolta di pagine a stampa, caratterizzata da una certa lunghezza e dall'assenza di periodicità nella pubblicazione. Il libro non è solo paginato, ma è composto da un numero ben preciso di pagine: il legame fra paginazione e paginazione fissa è ovvio nel libro come oggetto fisico, mentre non è così per il libro elettronico, infatti l'utente può leggere lo stesso testo su dispositivi di lettura diversi, impostare diverse dimensioni di caratteri o della pagina. Anche dal punto di vista del testo e della testualità, accomuniamo sotto il termine 'libro' cose molto diverse: un romanzo, un'enciclopedia, un manuale...

Dunque, il termine libro racchiude molti livelli e svariati significati; anche la definizione di 'libro elettronico' pone problemi analoghi, con una complicazione in più: mentre nel libro a stampa il testo e il suo supporto rappresentano un'unità quasi inscindibile, nel caso dell'ebook testo elettronico e dispositivo di lettura sono del tutto indipendenti.

Tuttavia, è importante ricordare che sia il libro che l'ebook non sono da intendere come 'testi', ma come 'strumenti di conservazione del testo', strumenti tecnologici che servono a rendere fruibile quel testo creato dall'autore. La stessa cosa vale per i periodici, dove la carta è il supporto mentre l'articolo è il testo; attenzione quindi a quando si parla di 'giornale', che, traendo in inganno, viene inteso sia come insieme degli articoli che lo compongono e quindi come testo, sia come supporto appunto per il testo.

## 1.2 Il libro elettronico

Si può parlare di libri elettronici in modi diversi, ad esempio soffermandosi sulle caratteristiche tecnologiche dei dispositivi di lettura o sulle funzionalità del software utilizzato. In realtà, non c'è una definizione universalmente accettata di ebook, ma in generale si può intendere “un testo compiuto e sufficientemente lungo, disponibile in qualsiasi formato elettronico che ne consenta la distribuzione in rete e la lettura attraverso un qualche dispositivo hardware”<sup>5</sup>. Se si pensa al libro elettronico come oggetto digitale si può andare all'idea estrema che da una parte qualunque testo elettronico di una certa lunghezza possa essere definito un libro elettronico, dall'altra che il concetto stesso di libro elettronico sia da rifiutare perché inesatto e inadeguato.

Ma perché un lettore dovrebbe, abituato alla comodità, alle caratteristiche fisiche, visive, tattile del libro su carta, dovrebbe cambiare le sue abitudini di lettura in maniera così radicale? In effetti, la reazione più frequente di autori e lettori davanti all'idea di libro elettronico sembra essere del tutto negativa, addirittura un impoverimento del libro su carta. D'altra parte, il testo che troviamo in formato elettronico, corrisponde solitamente al libro che troviamo anche su carta. L'obiezione principale mossa all'editoria digitale da parte dei difensori del libro a stampa è che leggere un libro tradizionale è molto più comodo che leggere su schermo. Questa “comodità” è frutto di una lunga evoluzione che ha reso il libro uno strumento praticamente perfetto. Il solo testo elettronico, dunque, non può essere di per sé un libro elettronico, ma per parlare di ebook occorre che possa essere fruito attraverso interfacce adeguate, come strumenti portatili, leggeri e che non stanchino la vista. Inoltre, lo strumento informatico dovrebbe dare la possibilità di integrare contenuti multimediali e di organizzarli in maniera ipertestuale, in modo da allontanarsi dal modello chiuso e lineare del libro a stampa. Umberto Eco sostiene che un libro elettronico possa essere riconosciuto come libro se è anche capace di imitare le caratteristiche del libro a stampa, oltre ad avere le sue peculiarità. Davanti ad un'interfaccia di lettura che risulta scomoda, la prima reazione del lettore è quella di cercare di cambiare interfaccia. Un libro elettronico allora dovrebbe essere utilizzato attraverso dispositivi capaci di permettere una lettura agevole, senza portare a preferire il libro su carta.

---

<sup>5</sup> *La quarta rivoluzione*, Gino Roncaglia

## **2. L'EBOOK**

### **2.1 Tanti tentativi**

Oggi praticamente ogni testo che leggiamo è una forma di testo elettronico poi trasferito su supporto cartaceo: i testi dei libri, delle riviste, dei quotidiani sono di solito scritti dall'autore in formato elettronico e come tali raggiungono l'editore, che li formatta e li impagina nello stesso formato.

Come progenitore del libro elettronico viene a volte citato il Memex, un dispositivo meccanico ideato negli anni '40 dall'ingegnere Vannevar Bush<sup>6</sup>: mai stato realizzato praticamente, doveva essere una sorta di scrivania meccanizzata, in grado di facilitare l'organizzazione e la consultazione di informazioni su microfilm, permettendo di aggiungerne e collegarle.

Memex non ha una relazione diretta con il libro elettronico dato che la sua funzione principale non è quella di permettere la lettura dei libri, anche se permetteva la lettura e la modifica di microfilm.

Fra gli antenati del libro elettronico vengono citati anche altri dispositivi legati allo sviluppo dei microfilm, ma fra i lavori più importanti è necessario ricordare Douglas Engelbart, inventore del mouse, dell'idea di un'interfaccia basata sulla compresenza di più finestre sullo schermo, della prima implementazione di un sistema ipertestuale. Per Elbert, scrivendo prima dell'avvento di Internet e del Web, il passaggio del libro al mondo digitale ha come prima conseguenza la perdita della linearità e dell'idea del libro come entità autonoma e autosufficiente.

Negli anni '80, cominciarono a diffondersi le reti telematiche nelle comunità di ricerca, quindi non ancora a livello di grande pubblico, cosa che permise di individuare in Internet uno strumento possibile di distribuzione e di accesso a biblioteche elettroniche. Infine, comincia a farsi strada l'idea di dispositivi informatici portatili, atti alla lettura di libri elettronici.

A questo riguardo, la prima azienda da ricordare è la Franklin Computer Corporation, che iniziò a dedicarsi ai dispositivi elettronici portatili. I primi furono prodotti nel 1986 e si concentrarono da subito nel settore dell'editoria elettronica. Un esempio è il correttore ortografico Spelling Ace che consentiva all'utente di

---

<sup>6</sup> Vannevar Bush: 1890-1974 è stato uno scienziato e tecnologo statunitense; fu il precursore dell'ipertesto

inserire la pronuncia fonetica di una parola e ne restituiva la corretta pronuncia. Negli anni successivi, la Franklin continua a produrre dizionari e enciclopedie basate su piccoli dispositivi portatili con grande successo.

Nel 1991, arriva sul mercato il primo dispositivo Franklin destinato anche alla lettura e non solo alla consultazione: una versione elettronica della Bibbia.

Ancora, nel 1992, distribuisce una trentina di dizionari, ciascuno legato ad un particolare dispositivo hardware, sul quale possono essere visualizzati e utilizzati contenuti diversi.

Nel 1995, esce il primo esemplare di un nuovo dispositivo, il Franklin Bookman, di cui vengono realizzati diversi modelli fino alla realizzazione di veri e propri lettori ebook.

La maggiore rivale della Franklin è la Sony, il cui primo dispositivo di lettura per ebook nasce nel 1990: è il Data Discman, con uno schermo monocromatico a cristalli liquidi che oggi qualunque utente giudicherebbe illeggibile.

Il secondo tentativo della Sony in questo campo è il Sony Bookman e si trattava sostanzialmente di un Pc portatile, ma aveva un prezzo troppo alto.

Anche in Italia comincia a muoversi qualcosa nel 1993: nasce su CD-ROM la prima edizione della Letteratura Italiana Zanichelli, una raccolta di diverse centinaia di testi classici della letteratura italiana, la cui fruizione è però possibile solo su personal computer.

Nel 1993, viene proposto sul forum “Narrativa-Comm” di aprire un’area dedicata ai testi in formato ASCII, che verrà chiamata “Progetto Manuzio”. È così che nasce il primo ebook italiano distribuito in maniera ampia e gratuita: una versione dei Malavoglia.

## **2.2 Dispositivi di prima generazione**

Dunque, i primi dispositivi hardware legati al mondo dei libri elettronici non fossero veri e propri lettori, ma strumenti interattivi di consultazione, legati a dizionari e enciclopedie.

Il cambiamento avviene nel 1998: la Nuvomedia, un’azienda californiana, lancia una catena di librerie ebook con un dispositivo di lettura per libri elettronici delle dimensioni di un libro, con uno schermo a risoluzione abbastanza alto da

permettere l'uso di tipi di carattere diversi e una buona capacità di memoria. Questo dispositivo non è orientato unicamente alla consultazione, ma anche alla lettura; a questo, segue un altro dispositivo di lettura analogo, il SoftBook, ma i due modelli non ebbero molto successo sul mercato.

Intanto, sempre negli anni '90, vede la propria affermazione un dispositivo diverso, piccoli computer palmari, per gestire appuntamenti, numeri di telefono, indirizzi, per fare calcoli e leggere brevi testi.

Il primo palmare che aveva la possibilità di diventare uno strumento di lettura è stato l'Apple Newton; nel frattempo venne sviluppato un dispositivo simile, con un costo minore che pose l'Apple Newton in secondo piano. Il successo lo raggiunse nel 1996 il Palm Pilot, a un costo minore, con un riconoscimento dei caratteri meno avanzato, ma con un buon funzionamento. Fin dal 1996 venne quindi sviluppato un formato per l'uso di documenti ebook, il PalmDOC e i primi ebook con questo formato si diffusero molto presto, anche se solo fra appassionati.

Questi e altri dispositivi di prima generazione per la lettura non furono in grado di mettere in discussione il ruolo del libro tradizionale, poiché non riuscivano a soddisfare del tutto i requisiti di autosufficienza, dato che, nonostante il gran numero di libri che potevano contenere, la lettura era molto più difficoltosa. A causa di questo fallimento, diventa difficile pensare a nuovi miglioramenti: sia chi aveva investito in questo campo che chi ancora non l'aveva fatto, ora evita di farlo.

È invece Internet a muoversi: sono gli anni dell'User Generated Content, il contenuto generato dagli utenti, ad esempio attraverso i blog. Il Web cambia volto, non dal punto di vista delle tecnologie, ma da quello delle modalità d'uso e delle tipologie dei servizi offerti. In questi anni si afferma l'idea di biblioteca digitale, con un forte aumento dell'attenzione verso i contenuti disponibili in rete. Tuttavia, il mondo digitale sembra essere in grado di assorbire alcuni tipi di lettura e non altri, come ad esempio le opere caratterizzate da un impianto lineare e da una struttura narrativa. Le nuove generazioni considerano il mondo digitale come un ambiente naturale per trovare informazioni: le pagine Web sono scritte per essere il più possibile brevi e semplici.

### **2.3 Dispositivi di seconda generazione**

La seconda generazione di lettori per ebook, Kindle e Nook, si basa sulla tecnologia della carta elettronica, che restituisce l'impressione di avere fra le mani un foglio di carta stampato. A differenza degli schermi tradizionali non emette luce propria ma la riflette e per molti utenti è dunque meno faticosa la lettura; inoltre, la risoluzione è ottima.

Il primo modello di Kindle uscì sul mercato nel 2007; la novità rilevante riguardava l'essere in grado di scambiare dati sulla rete di telefonia mobile statunitense, pur trattandosi unicamente di un dispositivo per la lettura. Dal punto di vista dell'aspetto estetico, il dispositivo non era entusiasmante: tozzo e squadrato, con una tastiera scomoda.

Il Nook era invece basato su un'interfaccia innovativa con funzionalità per impostare ad esempio le dimensioni dei caratteri, anche se le prestazioni dello schermo erano inferiori a quello di Kindle.

### **2.4 iPhone e iPad**

Altra classe di dispositivi è quella di cui fa parte l'iPad della Apple. Partiamo dallo smartphone più famoso e rivoluzionario, l'iPhone: uscito nel 2007, colpisce per la qualità dello schermo e quindi di una resa del testo piuttosto buona, per la sensibilità al tocco e alle icone colorate che permettono una immediata intuitività.

L'iPhone è dunque pronto per essere utilizzato come dispositivo di lettura per ebook, così come per gli altri smartphone di ultima generazione. Non sono ovviamente dispositivi dedicati, visto che uno smartphone nasce per fare altre cose, senza contare che le sue dimensioni non sono quelle che dovrebbe avere un lettore di ebook. In generale, non soddisfa tutti i requisiti necessari per poter essere preferito a un libro su carta, anche considerando che le sue dimensioni portano ad avere pagine più brevi e quindi contenenti meno testo, portando il lettore a dover cambiare pagina molto più spesso rispetto al rispettivo libro cartaceo.



Anche Google ha realizzato un sistema operativo su cui si basano i telefonini, chiamato Android. A differenza della Apple, Google permette anche a terzi di utilizzarlo e ne ha affidato lo sviluppo ad aziende che possono anche rilasciarne delle versioni modificate. Per quanto riguarda la risoluzione e la qualità dello schermo sono addirittura avanzati rispetto all'iPhone. Ancora, essendo un sistema operativo aperto, è possibile utilizzarlo non solo su telefonini ma anche su altri dispositivi.

Si arriva così al 2010 e all'uscita sul mercato dell'iPad Apple: assomiglia molto a un iPhone, ma di dimensioni più grandi e senza telefono. La vera novità di questo dispositivo sta nell'esattezza delle dimensioni dell'interfaccia, tanto che è stato anche lanciato come dispositivo di lettura: offre infatti un programma apposito, iBooks che imita abbastanza efficacemente la sensazione visiva di un libro.

Forse questa è la strada giusta per almeno affiancare l'ebook al libro stampato, anche se vanno considerati molti altri fattori, legati ai formati utilizzati, alle funzionalità del software, alla gestione dei diritti.

## **2.5 La resa del testo**

Altro problema che esula dal supporto fisico, riguarda la resa del testo, la sua messa in pagina e le funzionalità offerte per il supporto alla lettura.

Un libro non è solo una semplice successione di caratteri, ma presenta una copertina, un frontespizio, una parte contenente informazioni editoriali; ancora, un indice, una prefazione, una suddivisione in capitoli, eventuali illustrazioni... C'è inoltre il problema delle eventuali annotazioni marginali che possono essere state inserite dall'autore o dal lettore; quello di descrivere il libro in modo da trovarlo efficacemente sulla piattaforma in rete dove dovremo comprarlo e scaricarlo. Ancora, è difficile o impossibile rappresentare aspetti del libro tradizionale come il fatto che la suddivisione in capitoli deve affidarsi ad artifici grafici come salti di riga, l'uso del maiuscolo nei titoli e del grassetto o del corsivo. Praticamente, il formato .txt è sì universalmente riconosciuto, ma è molto povero per la complessa formazione testuale.

Per questi motivi quasi tutti i formati utilizzati per la realizzazione di un ebook si basano su linguaggi di marcatura<sup>7</sup>: questi linguaggi si fondano sull'idea di distinguere e separare la pura successione di caratteri dalle informazioni come dimensioni dei caratteri, i corsivi, i grassetto, la suddivisione in paragrafi, l'autore, il titolo, la casa editrice, il prezzo, la situazione dei diritti... Tutte queste informazioni vengono espresse aggiungendo marcatori di testo.

Se i file .txt rappresentano il testo nella sua totale semplicità, quelli PDF rappresentano l'estremo opposto, dove alla resa grafica della pagina è dedicata la massima attenzione.

Il formato PDF è stato sviluppato da Adobe all'inizio degli anni '90 ed è nato con l'obiettivo di una buona impaginazione; la Adobe puntò molto su questo formato per la realizzazione e la distribuzione di libri elettronici, con un programma di visualizzazione specifico, che nella versione più recente si chiama Adobe Digital Editions.

---

<sup>7</sup> Linguaggio nato per segnalare, attraverso istruzioni, le caratteristiche logiche di un documento e delle sue parti

### **3. GESTIONE DEI DIRITTI E DEI CONTENUTI DIGITALI**

#### **3.1 Un problema sempre esistito**

Alla fine del XVIII secolo, in un periodo di particolare fioritura del commercio librario, nella Germania influenzata dall'Illuminismo si sviluppò un dibattito sulla questione delle ristampe non autorizzate dai libri. La pirateria è sempre esistita: alcuni stampatori dell'epoca si procuravano un esemplare già pubblicato dei libri di maggior successo e ne vendono ristampe senza chiedere nessuna autorizzazione. Da una parte l'autore ne ricavava un danno, dato che appunto la sua opera veniva ristampata senza autorizzazione, dunque senza retribuirgli nessun compenso. Ma dall'altro sembrava ricavarne un vantaggio: la sua opera infatti circolava di più e l'interesse più importante degli autori era che il loro lavoro e il loro nome fosse il più possibile conosciuto. Questo non avveniva però per l'editore, per il quale le ristampe non autorizzate rappresentavano solo un danno. Per i lettori, invece, c'era il vantaggio di poter reperire l'opera più facilmente, anche in zone lontane da quelle in cui era stata stampata e distribuita l'opera originale, magari a un prezzo più basso; in questo caso lo svantaggio era che si poteva avere fra le mani un testo non controllato dall'autore e quindi meno affidabile.

Una delle figure di questo dibattito fu Kant, il cui discorso si basa sulla distinzione fra il riconoscimento della paternità intellettuale dell'autore e il suo diritto a controllare la circolazione dell'opera. Questo secondo diritto è esercitato dall'editore autorizzato, considerato come un tramite fra autore e la circolazione del suo testo.

L'autore non ha solo interesse a veder riconosciuta la paternità intellettuale dell'opera, ma anche quello a farla circolare attraverso un editore, che di fatto lavora per suo conto; per Kant interessi dell'autore e dell'editore dunque coincidono.

L'evoluzione dell'editoria commerciale ha comunque seguito un'altra strada: all'autore viene sì riconosciuta la proprietà intellettuale dell'opera, ma il diritto di farla circolare e sfruttarla dal punto di vista commerciale passa all'editore stesso, attraverso il contratto firmato dall'autore. Da questo punto di vista, l'editore non è

più portavoce dell'autore, ma cura i propri interessi, acquista dall'autore un bene e cerca di trarne profitto.

### **3.2 Il mondo digitale**

Il passaggio al digitale apre una nuova fase, dove interesse dell'autore e dell'editore non necessariamente coincidono. Nel mondo digitale il testo può circolare indipendentemente dal supporto, ma l'editore non è abituato a questa situazione, continuando quindi a considerare il testo come un 'oggetto' da vendere al lettore, trattando dunque il libro elettronico esattamente come quello cartaceo. Ma la situazione è diversa, dato che il libro elettronico può essere copiato e trasferito e questo porta a riconoscere tre diversi tipi di interesse dell'autore: l'interesse al riconoscimento intellettuale dell'opera, l'interesse a far circolare l'opera il più possibile e l'interesse al ricavare un guadagno economico.

A parte il problema delle ristampe pirata, nel passato il secondo e il terzo interesse di solito coincidevano: infatti, per massimizzare la diffusione dell'opera occorre massimizzare la vendita del libro come oggetto e questo portava a sua volta alla massimizzazione dei profitti.

Nel mondo digitale però questi due interessi non coincidono necessariamente: avendo accesso a uno strumento di facile diffusione dei contenuti, può spingere l'autore a far circolare la sua opera anche attraverso meccanismi non commerciali; nel passato la distribuzione gratuita di un testo stampato era estremamente onerosa, mentre quella di un testo elettronico avviene a costi molto bassi. Perché l'autore affidi la propria opera a un editore, questi deve essere noto, affidabile e selettivo, altrimenti la concorrenza sarebbe fortissima. Ma non basta la fama dell'editore: il compenso dell'autore deve dipendere dall'interesse dell'opera e soprattutto il costo per il lettore non deve essere troppo alto.

Altro tema da affrontare riguardo i libri elettronici è quello della 'disintermediazione': l'idea è che gli strumenti di rete permettano agli utenti di svolgere autonomamente tutta una serie di attività che normalmente richiedevano figure di mediazione. Questo provoca tutta una serie di conseguenze sociali ed economiche, anche sul mercato del lavoro: per alcuni infatti non servirebbero più né librerie e librai dato che ognuno potrà pubblicare e distribuire da solo i propri

lavori in formato elettronico. In realtà questo si sta rivelando falso: basti pensare al ruolo dei bibliotecari che ad esempio hanno il compito di orientare l'utente all'interno di un universo informativo in continuo mutamento, di integrare informazione a stampa e informazione on-line, di trasferire in digitale le informazioni disponibili su carta...

Più problematico appare invece il futuro di librai e librerie: la necessità di luoghi fisici dove poter comprare libri si indebolisce davanti alla creazione di biblioteche digitali; è dunque difficile che la sopravvivenza delle librerie possa affidarsi solo al libro in quanto oggetto fisico. Ad esempio, una prospettiva interessante potrebbe essere quella di trasformare le librerie in circoli di lettura con servizi aggiunti.

### **3.3 I meccanismi di gestione dei diritti DRM**

Riguardo al ruolo dell'editore anche in questo caso è prematuro pensare alla sparizione di questa figura, anche se vi saranno dei cambiamenti. Ovviamente, la disponibilità di modelli per la distribuzione gratuita dei contenuti, come le licenze Creative Commons<sup>8</sup>, consentono all'autore di conservare alcuni diritti sull'opera, garantendone al contempo la libera circolazione, la copia, la modifica e quindi di realizzare forme di distribuzione aperta.

Possiamo allora dire che il problema centrale non è tanto la scomparsa del ruolo dell'editore, quanto attraverso quali meccanismi è possibile remunerare sia l'autore che l'editore, cercando per quanto è possibile di conciliarne gli interessi. Da qui, dunque anche l'interesse a tutelare i vari diritti dell'autore, come veder riconosciuta la paternità intellettuale dell'opera, il suo interesse a diffonderla, l'esigenza di guadagnarci sufficientemente.

A questo proposito sono oggi disponibili i meccanismi di gestione dei diritti DRM<sup>9</sup> ipotizzati per la gestione dei contenuti digitali, basati sui concetti di protezione e chiusura. Nel caso degli ebook il DRM ha di solito tre dimensioni: la prima riguarda le scelte dell'editore riguardanti le licenze d'uso e di possibilità offerte all'acquirente dell'ebook, cioè se proteggere o meno il testo ed eventualmente con

---

<sup>8</sup> Sono licenze che offrono sei diverse articolazioni dei diritti d'autore per artisti, giornalisti, docenti, che desiderano condividere in maniera più ampia le opere secondo il modello "alcuni diritti riservati"

<sup>9</sup> vedi capitolo 5, paragrafo 2

quali meccanismi; se permetterne il prestito; se autorizzarne la lettura attraverso sistemi di sintesi vocale.

La seconda dimensione riguarda la concreta gestione dei diritti sul server del venditore: il software installato deve 'ricordare' l'acquirente, permettergli di scaricare il testo, attivarlo e conservarlo.

La terza dimensione si basa sul rendere illeggibile il testo su dispositivi diversi da quello previsto.

Nonostante i vari meccanismi di protezione e una legislazione che punisce lo scambio di contenuti sotto diritti, la pirateria editoriale in rete è molto comune, anche perché tali meccanismi in effetti non sono inattaccabili. Esistono modelli alternativi al DRM, il cui principio si basa sull'incorporare nell'oggetto digitale alcune informazioni personali dell'acquirente, come ad esempio il suo nome o il codice fiscale. Questo lascerebbe all'utente un file normale che può essere acquistato, spostato e letto da qualunque lettore; ma l'utente viene scoraggiato a copiarlo e distribuirlo illegalmente, dato che ogni copia si porterebbe dietro il nome o il codice fiscale, denunciandolo di conseguenza.

Considerando che anche questo sistema può essere aggirato, sarà necessario rivedere tutto il sistema di gestione dei diritti e di distribuzione dei contenuti.

### **3.4 Il problema della conservazione**

Certo è che la digitalizzazione libraria è un'impresa costosa e complessa: portare in rete il nostro patrimonio librario vuol dire garantirne vitalità e fruizione, aumentarne la reperibilità, renderlo ricercabile e integrato; questo anche in vista della disponibilità di dispositivi di lettura in ambiente elettronico, che cominciano ad avvicinarsi pian piano alla perfezione del libro tradizionale. Ovviamente l'impresa avrà bisogno di un lavoro continuo, nel quale le opere dovranno essere digitalizzate più volte, da soggetti diversi e con criteri diversi. Altro aspetto da considerare è quello della conservazione: da una parte infatti la digitalizzazione può aiutare nella conservazione degli originali cartacei di opere del passato; d'altra parte viene a porsi anche il problema della conservazione degli stessi file digitali e della loro disponibilità di lungo periodo.

Due fattori si legano a questa problematica: il primo riguarda l'obsolescenza dei supporti, legata all'uso di materiali che non sempre offrono garanzie adeguate nel tempo e alle caratteristiche di miniaturizzazione proprie delle tecnologie informatiche, che fanno sì che anche piccoli danni al supporto rendano il file del tutto illeggibile. Il secondo riguarda l'obsolescenza delle codifiche e dei formati.

Fortunatamente non sono problemi in linea di principio privi di soluzione: vengono infatti studiati tecnologie e materiali atti a durare nel tempo, la conservazione di dati in formato digitale esistono e vengono perfezionati. Ancora, ci sono infatti delle politiche che consentono a un ebook solo un dato numero di trasferimenti prima di risultare illeggibile e quindi viene meno l'idea della disponibilità nel tempo. La perfezione e la sicurezza del libro a stampa sono ancora lontani.

## **4. INTERATTIVITÀ E MULTIMEDIALITÀ**

### **4.1 Interattività nel libro stampato**

L'idea di affiancare al testo altri contenuti non testuali non è nuova: le edicole vendono moltissime confezioni che uniscono contenuti testuali e non testuali, come riviste accompagnate da CD e DVD, da modellini vari, giochi e altro. Anche nel caso dei libri esiste un'integrazione di codici comunicativi diversi, come nel caso dei libri illustrati; esistono anche casi di libri con allegati video e sonori o addirittura veri e propri oggetti come nel caso dei libri gialli che uniscono indizi utili a risolvere il mistero o dei libri per bambini con interazioni visive e sonore.

Dunque, l'idea che il libro debba contenere solo pagine di testo è molto lontana dalla realtà: il libro stesso nasce in un certo senso come oggetto multimediale, destinato ad essere letto ad alta voce, recitato, accompagnato da gestualità o dalla musica. Gli ebook aprono possibilità del tutto nuove intrecciando testualità scritta e contenuti multimediali e interattivi. Per multimedialità si intende l'uso contemporaneo di codici diversi all'interno di uno stesso oggetto informativo; l'interattività invece ha a che fare con la capacità di interagire con l'utente. L'uno può esistere senza l'altro, ma nel mondo digitale sono spesso compresenti.

L'interattività è dunque considerata una delle caratteristiche principali dei nuovi media digitali; un oggetto informativo è interattivo se può partecipare a un processo di comunicazione modificando sensibilmente l'informazione emessa.

Da questo punto di vista il libro non è interattivo, dato che il testo resta immutabile, indipendentemente dalle caratteristiche del lettore, dalle sue conoscenze, dai suoi interessi, dalle sue osservazioni o critiche... L'unica interazione avviene attraverso il supporto del testo: possiamo infatti sottolineare, aggiungere commenti ai margini, evidenziare un passaggio importante. Così come il libro, altri media, film, fotografia, canale televisivo, sono poco interattivi.

Sulla lettura ipertestuale sono state fatte molte discussioni, ma ultimamente c'è stato un calo di attenzione, dovuta in parte dallo scarso sviluppo che hanno avuto gli ipertesti dopo le prime sperimentazioni. D'altra parte, pensare di trasformare in link tutti i riferimenti presenti nel testo è praticamente impossibile e comunque presenterebbe dei risultati confusionari e poco gestibili. Gli ipertesti non sono tutti



uguali: alcuni presentano una rete di rimandi fitta e articolata e propongono una lettura ben diversa dalla linearità. Altro tipo di ipertesto propongono link e collegamenti di approfondimento o di allargamento del testo.

Per tornare al libro, un tradizionale testo lineare privo di note può essere considerato un esempio di “grado zero” di complessità ipertestuale, mentre un testo con note pone il lettore davanti a delle scelte: il lettore sa che la nota non è essenziale alla comprensione del testo, ma può offrire degli approfondimenti. Il grado di ipertestualità offerto dalle note è comunque ancora piuttosto basso, mentre un manuale scolastico con finestre e riquadri di approfondimento costituisce un caso più complesso, con una lettura definita, ma con una maggiore libertà di approfondire alcune parti e saltarne altre. Nel caso di una guida turistica la complessità aumenta ancora: infatti il lettore si sposta avanti e indietro a seconda delle sue necessità, saltando parti che non gli interessano e soffermandosi su altre; inoltre, non esiste un percorso di lettura lineare o uno privilegiato.

## **4.2 Il libro elettronico**

Nel mondo digitale invece l'interattività è molto più diffusa: è possibile modificare il tipo di carattere in un intero testo e visualizzarlo in modo diverso, un videogioco reagisce ai nostri comandi, insomma le nostre scelte modificano in maniera esplicita l'informazione che riceviamo. Possiamo distinguere due tipi di interattività: il primo è legato a un'organizzazione ipertestuale dei contenuti, nel quale è possibile decidere uno specifico percorso di lettura e il secondo è l'aggiunta di elementi interattivi all'interno di un testo lineare.

Sui lettori ebook comunque non ci si aspetta un'improvvisa scomparsa delle strutture narrative in favore di un genere del tutto nuovo di opere caratterizzate da una struttura ipertestuale complessa.

In generale, le interfacce digitali non impongono una struttura lineare propria del libro a stampa e permette una gestione più efficace dei rimandi, spesso utilissimi nella saggistica.

Nel campo della narrativa, si potrebbe trovare il caso di un dialogo fra un personaggio che racconta quello che gli accade attraverso la scrittura e uno che lo fa attraverso dei filmati, cosa che comunque non richiederebbe più al lettore un

passaggio continuo da un supporto all'altro. Questo ovviamente non significa che le opere narrative dovranno trasformarsi in opere multimediali, ma solo che potranno farlo.

Anche per quanto riguarda la scrittura argomentativa, l'integrazione fra testi e contenuti multimediale potrà in determinati casi funzionare e offrire strumenti espressivi in più.

Tutti questi strumenti aspettano solo libri adatti, che possano essere letti su dispositivi adeguati.

# PERIODICI ELETTRONICI

## 1. INTRODUZIONE AGLI E-JOURNAL

### 1.1 Prime distinzioni

Un seriale elettronico comprende periodici, giornali, riviste, quotidiani e newsletter su supporto elettronico. Fra i periodici elettronici troviamo gli *e-journal*, disponibili via Internet, gratuitamente o a pagamento.

Tra i periodici ad accesso gratuito si possono trovare risorse di vario tipo, come liste di riviste elettroniche accademiche e generali; questi testi, dichiarati come risorse di periodici

elettronici full-text ad accesso gratuito, in realtà contengono una percentuale piuttosto bassa di articoli a testo pieno, senza contare le eventuali citazioni errate all'interno degli articoli, gli errori tipografici, la brutta grafica o la non elegante formattazione.

Vero è che questo tipo di errori sono presenti anche nelle versioni elettroniche dei periodici a pagamento.

Altra distinzione che va fatta riguarda il tipo di accesso per le riviste gratuite: accesso di tipo cover-to-cover, dove viene offerta la rivista nella sua completezza e accesso di tipo selettivo, dove vengono offerti solo alcuni articoli scelti dall'editore in base a particolari criteri.

I periodici con accesso a pagamento sono molto più numerosi e ripropongono sostanzialmente in versione elettronica, la versione stampata; le modalità di abbonamento sono diverse a seconda dell'editore.

Gli e-journal possono essere ulteriormente distinti in tre categorie:

- i primi e-journal nati dalla posta elettronica e in seguito prodotti da newsgroup;
- gli e-journal copia più o meno fedele dell'originale a stampa, prodotti da quegli editori per offrire sul mercato una versione più moderna delle riviste più note;

- i nuovi e-journal ipermediali, innovativi per la presentazione del testo che permette navigabilità ipertestuale, accessibilità alle immagini, ai suoni, a collegamenti esterni.

## **1.2 E-journal nati dalla posta elettronica**

I primi approcci all'e-journal si videro durante conferenze elettroniche di studiosi che si comunicavano le bozze degli articoli, per discussioni, scambi reciproci di formule, teoremi, sperimentazioni...

I primi giornali elettronici sono nati nel contesto della fisica e quindi in ambito scientifico, attraverso l'utilizzo di Internet, della posta elettronica, permettendo la comunicazione anche a grandi distanze.

Questa tipologia di e-journal continua ad esistere e a proliferare all'interno dell'università, dipartimenti, campus, newsgroup di argomenti specifici. A volte vi è un editore, più o meno affidabile, altre volte questo tipo di pubblicazione non ha alcuna forma di controllo e di selezione, che ne garantisca il livello qualitativo dei contenuti; inoltre, non è sempre garantita una precisa periodicità.

## **1.3 E-journal come copia della rivista cartacea**

Da qualche tempo, editori e le varie organizzazioni del settore editoria hanno cominciato ad utilizzare Internet attirati dalle potenzialità della tecnologia Web, per mettere a disposizione i loro prodotti anche in formato elettronico, oltre che quello a stampa.

Mettere le proprie pubblicazioni su Internet, permette di allontanarsi dall'idea propria della stampa, di aver bisogno di un supporto fisico, che l'informazione deve essere distribuita in modo "materiale" passando per canali lenti come la stampa di tipo meccanico e la spedizione via posta tradizionale.

Altro problema, è quello dello spazio sugli scaffali, spazio di cui i periodici a stampa necessitano per la loro collocazione e conservazione all'interno delle biblioteche.

Rimanendo nell'ambito scientifico, le riviste matematiche a stampa sono aumentate, fino a raddoppiare il loro numero: era dunque necessario poter contenere questa crescita dal punto di vista fisico, in modo da raggiungere direttamente il lettore.

C'è anche da dire che il prezzo delle riviste sia aumentato in modo impressionante, tanto da costringere le biblioteche a tagliare sul numero degli abbonamenti. Questo non ha portato ad una riduzione della spesa, ma solo ad una riduzione del numero delle riviste fisicamente disponibili presso queste strutture. Infatti, gli editori, per sostenere i costi di pubblicazione di una rivista, considerato un calo nel numero di abbonamenti, ne aumentano il prezzo.

Dunque, si arriva ad avere prezzi altissimi per riviste di non alto valore, solo per poter contenere il costo della pubblicazione venduta a poche biblioteche.

È per questo che gli editori si sono avvicinati alla produzione elettronica del periodico a stampa, anche se non è stato risolto il problema del prezzo.

#### **1.4 Nuovi e-journal ipermediali**

Si tratta di quei periodici nati di recente, disponibili solo in formato elettronico su Internet. Discendono in parte dalla prima tipologia di e-journal poiché hanno caratteristiche di ambito strettamente scientifico accademico, ma sono vicine anche alla seconda categoria per la presenza di un editore attento agli articoli che vengono pubblicati, di una periodicità regolare ed accesso a pagamento in forme di abbonamento simili a quelle di un periodico cartaceo.

In più hanno caratteristiche particolari che solo questa categoria può presentare come immagini ad alta risoluzione, con possibilità di cambiare i colori, rappresentazioni tridimensionali. In questi periodici è inoltre possibile rielaborare grafici e tabelle di dati, di ascoltare suoni o collegarsi a videoconferenze; dal testo è inoltre possibile contattare direttamente gli autori.

## 2. GLI ATTORI DEL MERCATO DEGLI E-JOURNAL

### 2.1 Editori

Oggi sono numerosi gli editori presenti in Internet con proprie pagine Web, ma non tutti hanno reso disponibile il loro catalogo e solo alcuni hanno arricchito la disponibilità di un catalogo on-line con i servizi accessori per una migliore diffusione dell'informazione legata ai loro prodotti. Alcuni dei maggiori editori hanno deciso di offrire i loro periodici attraverso Internet e in questi casi è l'editore stesso che è particolarmente attento ad aggiungere valore al servizio prodotto e offerto, creando dei semplici accessi ad una copia quasi totalmente fedele al prodotto cartaceo, unendo anche forme nuove di presentazione degli articoli, con elementi multimediali e interattivi.

L'editore può decidere di attuare dei servizi differenziati per poter offrire un maggior valore per alzare la qualità del prodotto elettronico rispetto alla versione a stampa. Altri editori invece preferiscono offrire solo semplici accessi ai loro titoli, altri ancora scelgono di dare i loro prodotti elettronici a figure intermedie, chiamate nell'ambito dell'editoria elettronica *aggregatori*.

Gli editori che optano per la gestione e il controllo delle loro liste, possono offrire due tipi di accesso al full-text dei periodici, in due modalità differenti:

- *accesso remoto al server che contiene i full-text di un gruppo determinato di periodici che solitamente si accresce nel tempo*: possono essere tutti titoli corrispondenti a versioni cartacee o solo alcuni titoli che fanno riferimento ai rispettivi a stampa più venduti. Le forme di abbonamento sono varie e dipendono dall'editore, così come i prezzi; spesso l'accesso è gratuito se l'utente ha un abbonamento alla versione stampata, in altri casi invece è necessaria una quota supplementare oltre l'abbonamento classico. Ancora, esistono forme di abbonamento a pacchetti di riviste elettroniche in forme contrattuali tipo licenze d'uso, licenze ad un numero limitato di riviste ecc... Può essere offerto accesso gratuito a riviste intere oppure ad articoli selezionati di particolare interesse, in modo tale che gli editori abbiano modo di attuare una forma di pubblicità per quelle riviste.

Spesso l'accesso avviene tramite l'uso di password e login, cosa che può risultare difficile da gestire per le strutture accademiche con numerosi docenti, ricercatori, studenti che appartengono all'ente che ha acceso l'abbonamento. Gli editori più attenti hanno quindi sviluppato forme di accesso facilitato con controllo automatico sull'indirizzo IP che permette a tutti gli utenti di una struttura di accedere a quel titolo per il quale si è acceso un abbonamento.

- *acquisizione in proprio di tutti i titoli dell'editore o solo di alcuni, con scaricamento dei full-text dei periodici elettronici posseduti dal server dell'editore sul server dell'acquirente*: lo scaricamento del full-text è un'acquisizione diretta da parte di un ente, biblioteca, università, che gestisce il servizio in proprio, con un proprio server, un proprio sistema di conservazione, un motore di ricerca sviluppato in proprio e sviluppo di una propria interfaccia per l'accesso al full-text.

Questa modalità da una parte comporta spese maggiori rispetto all'accesso in remoto, dall'altra offre notevoli vantaggi in termini di qualità di servizi agli utenti, quali: velocità di accessi, conservazione delle annate precedenti, interfaccia unica...

## **2.2 Aggregatori**

Molti editori hanno deciso di offrire i loro periodici elettronici attraverso un servizio intermediario che aggrega vari titoli di diversi editori: l'editore non deve quindi creare e mantenere un suo sistema e l'utente finale può rivolgersi ad un unico aggregatore per titoli di differenti editori, raggruppati sotto un unico punto di accesso.

Gli aggregatori si distinguono in:

- aggregatori di titoli di periodici di più editori: raggruppano liste di periodici a testo pieno;
- aggregatori di database: mettono a disposizione database bibliografici offrendo servizi di ricerca bibliografica sui loro server e connessioni ai full-text di vari editori;

- aggregatori in progetti “Storage”: aggregazione di più partner per l’attuazione di progetti per il recupero di annate passate di periodici a stampa convertiti in formati elettronici;
- sistemi di database networking con link diretto al full-text di periodici di vari editori.

Gli aggregatori si differenziano anche relativamente al servizio di accesso, in due tipologie principali:

- gestione unica di un singolo database centrale contenente una collezione di periodici elettronici, con proprio motore di ricerca ed accesso ai titoli attraverso un’unica interfaccia;
- in altri casi, l’aggregatore carica soltanto la citazione con un riassunto degli articoli e fornisce un gateway comune con link diretto al periodico presso il sito della casa madre. Altre volte però i link sono più generici e possono non portare al periodico di interesse, ma alla home page dell’editore.



### **3. SERVIZI E PROBLEMATICHE DEGLI E-JOURNAL**

#### **3.1 Offerta di servizi**

L'offerta on-line di periodici elettronici nel mercato dell'editoria come editori, aggregatori, biblioteche è piuttosto frammentaria: nonostante il grande successo di Internet, l'accesso alle informazioni relative agli e-journal sono ancora agli inizi; infatti possiamo trovare svariati tipi di modelli che emergono sul mercato e che offrono accessi più o meno completi e in modi differenti. Dunque, non è possibile fare un elenco completo dei servizi e dei prodotti, considerando che ne escono di nuovi praticamente ogni giorno.

La disponibilità di servizi collegati agli e-journal offre agli editori l'opportunità di controllo totale sui propri prodotti, senza bisogno di nessun intermediario, mentre gli editori che si rivolgono agli aggregatori tendono a spostare in quella zona anche i servizi correlati, affidando quindi gestione e controllo a queste figure intermedie.

I servizi offerti all'utenza sono vari e si possono dividere in:

- semplice presentazione della propria attività da parte dell'editore;
- elenco delle pubblicazioni disponibili per l'abbonamento con accesso alla lista alfabetica dei titoli o per materia;
- presenza di informazioni che descrivono il periodico, comitato editoriale, prezzi...;
- tavole dei contenuti con visibilità di indici e sommari;
- servizi con invio di email di indici, eventualmente con riassunti degli articoli;
- servizi con invio di email delle citazioni, eventualmente con riassunti degli articoli, secondo strategia di ricerca personalizzata;
- servizi per la fornitura su carta di documenti originali.

### **3.2 Problematiche tecnologiche**

Anche se un uso più esteso della tecnologia Web tende ad offrire un numero rapidamente crescente di pubblicazioni seriali elettroniche, ci sono molti problemi che è necessario analizzare e affrontare attentamente ed è possibile individuare due ambiti, uno tecnologico e uno economico/legale.

La configurazione della pagina all'interno dell'articolo ai fini della vedibilità sullo schermo dell'utente finale è un altro aspetto da considerare.

Esiste un formato a monte che è quello dell'immissione del testo nel database del server, testo che deve poi riproporsi in qualcosa di vedibile in maniera adeguata dal PC dell'utente. Per rendere vedibile il testo vengono create delle connessioni al testo attraverso link di accesso, si richiama un plug-in che riflette in un certo formato l'articolo desiderato, con possibilità di scaricamento in downloading e/o di stampa sulla propria stampante.

L'utente a sua volta deve avere installato un plug-in adatto che permetta di trasportare il testo da dove si trova al PC dell'utente e di poterlo aprire per poter leggerne i contenuti.

Questa procedura non è esente da pericoli di contaminazione da virus, dato che si va a catturare e poi ad aprire programmi e file che stanno fuori. Esiste una varietà di reader plug-in che permettono la cattura, lettura, scaricamento e stampa degli articoli ed ognuno è legato ad un determinato formato:

- PDF – Adobe Acrobat Reader - .pdf
- Audio Player – Windows Mediaplayer - .au .wav
- Quicktime Player per Video - .mov
- Real Page – Catch Word
- SGML
- HTML

La formattazione di un articolo elettronico non è solo una questione estetica, la rivista elettronica non deve necessariamente assomigliare a quella cartacea, ma una buona formattazione deve rendere ciò che l'articolo rappresenta nel suo complesso.

La tecnologia on-line dà la possibilità agli editori di rendere ciò che la stampa non può fare, come ad esempio l'utilizzo di iperlinks interattivi a risorse correlate, link ad ampie varietà di multimedia, come suoni, grafica, video..., link a servizi tradizionali di indicizzazione e link dalle note bibliografiche verso le pubblicazioni collegate.

Ogni articolo può avere un proprio formato, dato che nessuna soluzione è adattabile ad ogni titolo, ma per ogni articolo può esservi uno o più formati adatti. Alcune riviste possono avere caratteri speciali o immagini delle pubblicazioni cartacee che a volte vengono scannerizzate.

Nel 1997, il formato Adobe PDF è stato predominante nel mercato dell'editoria elettronica: la difficoltà con la maggior parte delle immagini è che di solito non hanno link agganciati o altre caratteristiche speciali, possibili invece con altre soluzioni usando per esempio SGML o HTML.

Vi è poi il problema dell'accesso e conservazione di tutto quel materiale che oggi è corrente, ma domani sarà materiale passato, per il quale comunque l'utente ha pagato un regolare abbonamento anno dopo anno.

Alcuni editori stanno potenziando i loro server per offrire accesso ai periodici elettronici di loro pubblicazione. Altri invece stanno lavorando in collaborazione con biblioteche di istituzioni accademiche, organizzazioni no profit e altri personaggi del mondo commerciale dell'editoria elettronica, per fornire i loro periodici lungo la rete nel modo meno dispendioso sia in termini di costi che in termini di servizi. Editori minori stanno lavorando con organizzazioni che agiscono come distributori dei loro prodotti elettronici.

Le biblioteche hanno da sempre giocato il ruolo di archiviatori per procurare e immagazzinare riviste a lungo termine; nell'era dell'elettronica, questo ruolo potrebbe essere ricoperto dagli editori o dagli aggregatori per i loro rispettivi titoli. Il problema nasce nel caso che chiudessero o si fondessero con altre compagnie: in questi casi, i periodici saranno ancora disponibili? Dato che la maggior parte degli editori vogliono solo offrire materiale di consumo e considerando che è costoso mantenere grandi archivi, il materiale più vecchio e meno usato sarà comunque disponibile on-line?

Ci sarebbero diverse soluzioni a questo problema, ma ad oggi non sono ancora emersi modelli definitivi. Ad esempio, c'è chi ha offerto un'archiviazione perpetua

dei titoli che offre e, nel caso che non possa adempiere al compito, ha preso accordi con gli editori di offrire l'archivio a biblioteche.

Altra soluzione potrebbe essere quella di trovare luoghi diversi dove gli editori possano sistemare copie elettroniche per assicurare la loro continua disponibilità. Potrebbero essere create biblioteche digitali nazionali atte ad archiviare e a mantenere le copie di quanto prodotto sul territorio nazionale. Anche i distributori di periodici potrebbero rivestire il ruolo di archiviatori, così come biblioteche e consorzi.

È dunque importante che gli interessati in questo campo si uniscano in un lavoro di programmazione e coordinamento, in modo che ognuna operi a seconda delle proprie competenze, al fine di assicurare il mantenimento nel tempo di quanto prodotto dall'editoria elettronica e di quanto già esistente su carta, che potrebbe essere conservato su un supporto elettronico.

Uno degli elementi chiave su cui si confrontano gli editori è come offrire pieno accesso alle proprie riviste elettroniche sulla rete e come garantire la completa sicurezza ai propri abbonati, bloccando l'accesso agli altri. Molti editori invece consentono a tutti gli utenti di prendere visione di alcuni elementi dei loro periodici come numeri campione o articoli campione, ma il completo accesso ai contenuti è consentito solo agli abbonati attraverso login e password.

I due metodi più comuni comprendono la concessione di una password all'abbonato, cosa facile da gestire per i singoli, ma meno per le istituzioni o limitazioni con controllo automatico, che permettono solo agli utenti che si connettono da uno specifico dominio Internet di prendere visione del materiale. Oltre a questi due metodi, molte biblioteche cercano altri sistemi come la possibilità di interrogare un archivio di residenti di un campus o di utenti di un sistema di prestiti bibliotecario, per riconoscere gli utenti autorizzati e consentire loro l'accesso alle risorse.

Il traffico su Internet è molto irregolare a causa di limitazioni dell'ampiezza di banda e del volume di traffico dei dati e questo può causare problemi nel caso si cerchi di accedere ad alcuni server sulla rete.

Per e-journal di ampio uso si potrebbe operare una distribuzione su diversi server localizzati in varie aree geografiche nel mondo, per assicurare un accesso più facile ed ampio delle informazioni.

### **3.3 Problematiche economiche/legali**

Le questioni che riguardano i diritti di proprietà intellettuale dei media elettronici sono molto confuse alla luce delle vecchie leggi sul copyright; e probabilmente lo saranno anche nel futuro, visto che i decreti legge e i vari emendamenti non riescono a risolvere la questione e non tentano nemmeno di fare un'analisi dettagliata di quali e quanti problemi dovrebbero essere affrontati.

Il primo dei problemi più banali è quello della spedizione elettronica delle immagini via Internet, questione di difficile controllo e di dubbia liceità in relazione ai diritti d'autore, ma non esiste una legislazione chiara in questo campo, quindi gli editori devono cercare di non complicare i meccanismi di diffusione dell'informazione.

Le biblioteche hanno la tradizione di scambiarsi gli articoli di riviste fra di loro, in maniera più o meno efficiente, in base a regolamenti e accordi prestabiliti. A maggior ragione è importante esaminare attentamente ciascun contratto relativo alle riviste elettroniche.

Sebbene i maggiori titoli seriali comincino ad apparire in Internet in numero sempre crescente, sia i prezzi per il loro accesso che le modalità di quotazione o di accesso non sono ancora né chiari né stabilizzati sul mercato. Probabilmente uno dei fenomeni più discussi e confusi che editori e abbonati si trovano ad affrontare è come far pagare le riviste elettroniche. Diversi editori stanno studiando il mercato per decidere cosa è sensato fare e cosa non lo è, come evitare di far crollare le vendite del cartaceo e come offrire nuovi supporti.

# **DIRITTO INFORMATICO**

## **1. DIRITTO D'AUTORE**

### **1.1 Nascita del diritto d'autore**

Sorto insieme alla scoperta e alla diffusione della stampa è il mestiere dell'autore, nel senso moderno del termine: autore che ricava un utile dalla vendita della sua opera. Precedentemente, infatti, i manoscritti venivano riprodotti in serie dai copisti e non era pensabile dare all'autore la ricompensa d'un testo che ognuno aveva il diritto di copiare. Con la nascita della stampa, intorno al 1455, la situazione non cambia: gli stampatori riproducevano innanzitutto opere antiche e il letterato entra nelle officine tipografiche nella veste di correttore di bozze. Pian piano diminuiscono le opere inedite e sono sempre più numerosi gli autori che sottopongono al libraio le loro opere o che le inviano a qualche ricco signore, insieme a epistole dedicatorie; in cambio l'autore sa che riceverà una ricompensa in denaro.

Comincia così a prendere piede l'abitudine di vendere il proprio lavoro anche ai librai; vero è che solitamente l'autore non riesce a ricavare forti somme di denaro e non avevano una propria indipendenza. Questo perché i diritti d'autore non erano ancora protetti: succedeva infatti che quando il libraio acquistava un manoscritto, l'autore non aveva più nulla a che vedere con la pubblicazione dell'opera; inoltre, non esistendo il principio della proprietà letteraria, ogni libraio aveva il diritto di pubblicare le copie dei manoscritti che riusciva a procurarsi senza consultare l'autore. Inoltre, la somma che gli veniva versata era fissata e pagata prima della pubblicazione e quindi era imprevedibile l'accoglienza che il pubblico avrebbe riservato all'opera, che, se veniva ristampata, non procurava altri utili allo scrittore.

È per questo che sempre più spesso gli autori cercavano di stampare le loro opere per conto proprio, pratica molto malvista da librai e stampatori che cercarono con ogni mezzo di impedire lo smercio delle opere pubblicate "per conto dell'autore".

Si stava comunque procedendo a piccoli passi verso la soluzione, ovvero verso il riconoscimento della proprietà letteraria dell'autore sull'opera per un certo periodo, prima che diventi di pubblico dominio, insieme alla sua partecipazione ad eventuali utili.

A questo proposito è l'Inghilterra ad aprire la strada: fin dal Seicento infatti molti librai si accordavano con l'autore a non ristampare senza il suo consenso un manoscritto e sicuramente non senza versargli altro denaro.

Data fondamentale è il 1710, quando è l'autore ad essere considerato proprietario dell'opera, mantenendo anche l'esclusiva della stampa e della vendita per quattordici anni, rinnovabile per altrettanti se ancora in vita. Questo accade però solo in Inghilterra; nel continente ci vorrà ancora un po' di tempo per cominciare a riconoscere i diritti d'autore.

Durante tutto il 1700, i diritti degli autori ricevono nuove conferme, fino ad arrivare all'agosto del 1777, quando, in Francia, cinque decreti cercano di regolare la questione: da questo momento l'autore ha il diritto di vendere il libro per proprio conto e di farlo stampare a sue spese ogni volta che vuole. Sedici anni dopo, una nuova legge stabiliva che l'autore aveva il diritto di distribuire e cedere una parte o l'intera opera a sua discrezione, mentre gli eredi avranno gli stessi diritti fino a dieci anni dopo la morte.

Tra la fine del XVIII e l'inizio del XIX secolo, leggi simili proclamavano in tutta Europa i diritti degli autori, che cominciano quindi a difendere i loro interessi, stipulando con gli editori dei contratti per la stampa in un dato numero di copie.

Ritornando ai primi tempi della stampa, quando un editore faceva uscire un'opera, niente impediva che un altro libraio la stampasse se la trovava interessante; all'inizio questo sistema non provocò grossi inconvenienti dato che venivano stampate opere antiche e quindi già note. Le cose cominciarono a cambiare quando le opere più comuni si diffusero in gran quantità: la concorrenza fra gli editori si fece più aspra e la ristampa poteva essere venduta a prezzo minore rispetto all'originale. Per evitare questi inconvenienti molti editori furono indotti a chiedere alle autorità dei privilegi, che, per un certo periodo, permettessero loro di avere il monopolio su un'opera, sia per la stampa che per la vendita. Pare che il primo esempio di privilegio risalga al 1469: a Johann Speyer fu attribuito il diritto di esclusiva per la Repubblica di Venezia. Ben presto questa pratica si diffuse anche al di fuori d'Italia e privilegi analoghi furono concessi anche in Francia e in

Germania. In realtà, il sistema dei privilegi portò molti inconvenienti, dato che molti ne approfittarono per ottenere veri e propri monopoli; i librai e gli editori lesi da questo sistema ovviamente protestavano.

Il processo che porta al riconoscimento del diritto d'autore ha come momento importante la pubblicazione, nel 1690, del *Secondo trattato sul governo* di John Locke<sup>10</sup>: qui viene infatti formulata la teoria della proprietà privata, secondo la quale ogni individuo ha diritto di proprietà sul proprio lavoro e questi diritti non devono essere concessi dallo Stato.

La nascita del diritto d'autore è quindi recente e questo potrebbe essere spiegato con l'avversione manifestata dalle varie religioni monoteiste verso questo principio: da Confucio, alle leggi islamiche, al pensiero giudaico-cristiano non veniva riconosciuto alcun diritto al creatore delle idee. Lo stesso concetto si riscontra anche nella teologia medievale, dove si afferma che la scienza è un dono di Dio e quindi non è possibile venderla, anzi ottenerne un guadagno porta al peccato; dunque medici, maestri e tutti gli appartenenti a professioni intellettuali non possono ricevere un compenso per le loro prestazioni, ma al massimo dei doni come segno di gratitudine.

## **1.2 Statute of Ann.**

Siamo a Londra nel XVI secolo. Con la diffusione della stampa cominciarono anche a circolare in numero sempre più elevato pamphlet e idee rivoluzionarie. La Corona teme la diffusione di idee sovversive e crea così un ordine di controllo della stampa: nel 1556, nasce l'ordine degli *Stationer*, ovvero tipografi e librai, ai quali viene concesso il diritto esclusivo di copia, il *copyright*. Prima di questo momento, chiunque può stampare e copiare opere di qualsiasi genere; con la *common law* si concede diritto perpetuo agli editori per la stampa delle opere. Per gli autori non era un problema: non esistendo il diritto d'autore, la miglior cosa era che le loro opere circolassero il più possibile per acquistare maggiore fama. Dal 1556, è possibile stampare un'opera solo se ottiene il visto di uno *Stationer*, che diventerà

---

<sup>10</sup> John Locke: 1632-1704, è stato un importante filosofo britannico considerato il padre dell'empirismo moderno e dell'illuminismo critico



il proprietario dell'opera, altrimenti andrà incontro a censura. Il copyright nasce quindi come tentativo di controllo di ciò che viene pubblicato da parte dello Stato. Coloro che ricevevano dal re una speciale licenza di stampa potevano aggirare questo sistema: un esempio di questa eccezione è l'università di Oxford che ricevette il privilegio nel 1586.

Nel XVIII secolo però, si decide di abolire il monopolio sul diritto di stampa e gli *Stationer* non possono permettere di venire messi da parte: ora il copyright appartiene all'autore, ma l'autore non possiede macchine tipografiche, che sono possedute dagli *Stationer*. Dunque l'autore deve passare dagli *Stationer*, passaggio che deve essere regolamentato: l'autore vuole che la sua opera venga pubblicata e quindi cederà il copyright allo *Stationer* per un dato periodo: prima era obbligato per un problema di controllo e censura, mentre ora lo fa per il proprio bene economico. Nel 1695, quindi la Camera dei Comuni sottrasse il monopolio agli *Stationer* e questo portò sul mercato nuovi editori, cosa che costrinse la regina ad emanare lo *Statute of Ann* nel 1710, il primo accordo internazionale sul diritto d'autore, sul quale verranno fondate tutte le leggi successive: lo statuto infatti affermava il diritto degli autori di far stampare e copiare le loro opere ed eventualmente degli editori ai quali avevano ceduto l'opera.

Questo diritto vigeva solo per i quattordici anni successivi alla registrazione dell'opera; scaduto il tempo, sarebbe divenuta di dominio pubblico. Tuttavia, gli autori erano obbligati a iscrivere i dati dell'opera della *Stationer's Company*. Coloro che violavano la legge, contraffacendo le opere erano puniti con un'ammenda che dipendeva dal numero di pagine dello scritto e con la confisca degli esemplari abusivi.

### **1.3 Il diritto d'autore nel 1900.**

La legge del 22 aprile 1941, n° 633 istituisce la tutela delle opere dell'ingegno, appartenenti alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, al teatro, al cinema. Per tutela si intende una serie di diritti esclusivi dal punto di vista economico e dei diritti morali che nel loro insieme formano il diritto d'autore.

I diritti morali più importanti sono:

- il diritto di *paternità* dell'opera, cioè il diritto di rivendicare la propria qualità di autore dell'opera;
- il diritto all'*integrità* dell'opera, cioè il diritto di opporsi perché l'opera non venga in qualsiasi modo modificata;
- il diritto di *pubblicazione*, cioè il diritto di far pubblicare o meno l'opera.

I diritti di utilizzazione economica più importanti sono:

- il diritto di *riproduzione*, cioè il diritto di riprodurre l'opera con qualsiasi mezzo;
- il diritto di *rappresentazione, esecuzione, recitazione o lettura pubblica* dell'opera, cioè il diritto di presentare l'opera al pubblico nei vari modi specificati;
- il diritto di *diffusione*, cioè il diritto di diffondere l'opera con qualsiasi mezzo, come ad esempio la radio e la televisione;
- il diritto di *distribuzione*, cioè il diritto di mettere l'opera in commercio;
- il diritto di *elaborazione*, cioè il diritto di modificare, trasformare e adattare l'opera.

Questi diritti permettono all'autore di trarre benefici economici dalla sua opera.

Nacque l'esigenza di far circolare le opere anche fuori dai confini nazionali e di conseguenza anche l'esigenza di uniformare le regole giuridiche. A questo proposito è importante ricordare il 6 settembre del 1952, quando venne firmata a Ginevra la Convenzione universale sul diritto d'autore da 32 Stati, tra cui l'Italia. Le regole indicate nella serie di articoli sono state sottoscritte da quegli Stati che volevano creare un sistema di protezione per le opere letterarie, scientifiche ed artistiche in tutti i Paesi, in modo da rendere più facile la divulgazione di tali opere. Nel 1961, a Roma fu firmata la *Convenzione per la protezione dei diritti degli esecutori, interpreti e produttori fonografici*. Prima di questa data, mancava un riconoscimento internazionale dei produttori fonografici, ma era tutelato solo all'interno di alcuni ordinamenti nazionali, come in Italia e in Inghilterra.

L'esigenza di tali riconoscimenti era dovuto anche allo sviluppo delle tecnologie, agli incrementi degli scambi culturali grazie ai più rapidi mezzi di comunicazione, che hanno aumentato le possibilità di utilizzare anche abusivamente le opere.

## 1.4 L'epoca del digitale.

Con l'avvento del digitale, ci si trova davanti ad una svolta epocale nella fruizione delle opere dell'ingegno. L'opera viene separata dal suo tradizionale supporto fisico e viene trasformata in un continuo flusso di numeri, 0 e 1<sup>11</sup>, che vengono trasmessi in ogni luogo e in qualsiasi momento, ricomponendosi poi nell'originale.

Moltissimi sono i vantaggi del digitale: innanzitutto, l'opera viene trasmessa a costi bassissimi, senza nessuna perdita di qualità; l'utente ha a disposizione il prodotto senza dover obbligatoriamente muoversi e recarsi presso i tradizionali punti vendita; ancora, l'opera può essere riprodotta infinite volte con la medesima qualità.

Tutto questo porta all'estinguersi della figura dell'intermediario, mentre l'autore e l'artista riescono a raggiungere il loro pubblico in maniera diretta, non deve riprodurre le proprie opere su un supporto fisico, non le deve immagazzinare e trasportare e non è ostacolato da barriere e dogane.

Il consumatore può trasmettere facilmente le opere digitali, solitamente non è consapevole di compiere un atto illecito, è difficilmente individuabile, e un'azione nei suoi confronti è considerata antieconomica. Infine, è molto difficile controllare la circolazione dell'opera.

Tutti questi aspetti, hanno portato nel corso degli anni '80 alla necessità di studiare una soluzione che regolamentasse la circolazione dell'opera dell'ingegno. Arriviamo così alla legge del 18 agosto 2000, n° 248, che, modificando la legge 633/41, ha aggiunto ulteriori ipotesi al fine di combattere la pirateria e la contraffazione, inclusa quella via Internet.

Le opere sono tutelate a seconda della loro natura:

- *testi, scritti, articoli e email*: ogni forma di testo, anche se breve, è tutelata dalla normativa sul diritto d'autore e non può essere copiata o riprodotta. L'unica eccezione prevista dalla legge 633/41, è quella di permettere il riassunto, la citazione o la riproduzione di parte dell'opera, non l'opera intera, a scopo di studio, discussione e insegnamento. Importante è che vengano sempre citati l'autore e la fonte e di non agire a scopo di lucro.

---

<sup>11</sup> Sistema numerico binario, che utilizza due simboli, solitamente 0 e 1

Dunque, ogni testo originale, che sia creativo è protetto dal diritto d'autore; da questa essenziale caratteristica si allontana però la email: questa, tuttavia, essendo una forma di corrispondenza, è sottoposta al divieto di violazione e soppressione.

Va infine aggiunto che non esiste alcun limite per le opere di autori morti da più di 70 anni.

- *musica, mp3, files, testi delle canzoni, opere cinematografiche, filmati:* l'argomento riguardante la legittimità della distribuzione della musica via Internet è molto dibattuto. In realtà, qualsiasi scambio di musica fra gli utenti in rete è illegittima, a meno che non vi sia l'espressa autorizzazione dell'autore o di chi detiene i diritti economici.

Un caso particolare è rappresentato dai files MIDI, che sono spesso utilizzati come sfondi musicali di molti siti Web; come manipolazioni di opere originali, devono essere comunque autorizzate dall'autore del brano o da chi detiene i diritti.

Riguardo i testi delle canzoni, vale lo stesso discorso fatto per tutte le opere testuali: non possono essere riprodotti integralmente, se non vi è l'autorizzazione di chi detiene i diritti.

Infine, per quanto riguarda le opere cinematografiche e i filmati, anch'essi sono ugualmente protetti; va sottolineato che solitamente sono opere collettive, ovvero realizzate da più partecipanti, come regista, sceneggiatore, compositore della colonna sonora, quindi la tutela si estende fino al settantesimo anno dalla morte dell'ultimo coautore.

- *fotografie, foto artistiche, ritratti:* in questo caso bisogna distinguere se le fotografie hanno o meno carattere artistico. Nel caso siano semplici opere fotografiche, il fotografo ha il diritto di riproduzione, diffusione e spaccio, a meno che l'opera non sia stata commissionata con un contratto di lavoro: in questo caso, i diritti passano al datore di lavoro. La tutela dura venti anni dalla data di realizzazione della fotografia. Le foto artistiche vengono considerate come opere dell'ingegno e la durata della tutela arriva fino al settantesimo anno dalla morte dell'autore. Infine, per i ritratti, è necessaria l'autorizzazione della persona rappresentata per poterlo esporre, riprodurre o metterlo in commercio. Tale consenso non è necessario se la persona è

particolarmente nota o se è fotografata nell'ambito di un evento pubblico, o per ragioni di giustizia e polizia, o ancora per scopi scientifici e didattici, o infine se il ritratto è legato a eventi di pubblico interesse. Questo vale a meno che l'esposizione o la messa in commercio arrechino danno alla reputazione della persona; l'immagine di un personaggio pubblico non può essere utilizzata, senza la sua autorizzazione, per fini diversi dal dare notizie e informazioni su quel personaggio.

- *programmi informatici, software, codici, layout*: anche la produzione di software e programmi informatici è tutelata dal diritto d'autore. In questi casi più che in altri, l'opera appartiene a soggetti diversi da chi ha steso i codici: questo perché molti programmatori sono legati da un rapporto di lavoro con le società di software, alla quale spettano i diritti. La legge 248/00 ha previsto particolari ipotesi di reato per i casi di contraffazione e pirateria informatica aventi per oggetto anche i programmi per elaborarli. La violazione delle norme sul diritto d'autore comporta anche sanzioni penali, soprattutto se il reato è a scopo di lucro.

## **2. I DRM**

### **2.1 Il copyright**

Il termine *copyright* indica nel mondo anglosassone l'insieme di normative relative al diritto d'autore. Il diritto d'autore stabilisce la posizione giuridica soggettiva dell'autore di un'opera d'ingegno, a cui viene riconosciuta la facoltà esclusiva di diffusione e sfruttamento dell'opera stessa, e in ogni caso il diritto a essere indicato come autore anche nel caso in cui abbia concesso a terzi la facoltà di sfruttamento economico (diritto morale d'autore). Il diritto d'autore è tipico dei paesi in cui l'ordinamento giuridico si basa sul civil law; il copyright, invece, è diffuso nei paese della common law.

Il copyright si occupa di regolamentare i diritti sulla riproduzione delle opere di ingegno. Alla base della concezione classica del copyright stanno il costo e la difficoltà di riprodurre e diffondere sul territorio le opere.

Tale concezione entra in crisi con la diffusione dei computer e di Internet: si tratta di tecnologie pensate per copiare e diffondere i dati in modo economico e veloce. Prima della loro diffusione di massa, la violazione del copyright era praticamente impossibile per chiunque non fosse un editore. Il copyright entra in crisi nel momento in cui viene applicato ai fruitori delle opere: se per un editore difendere i diritti su un'opera è cosa legittima, lo è meno quando tutto questo va a limitare i diritti del lettore sul libro di cui è diventato legittimo proprietario acquistandolo.

Copiare un ebook, come un qualunque altro tipi di file, richiede solo qualche clic, anche forzandone la protezione e diffonderlo via mail o tramite una rete peer to peer è questione di pochi secondi. D'altra parte se un utente acquista un libro digitale non di dovrebbe poter limitare la sua libertà: così come quando si acquista un libro stampato si diventa proprietari dell'oggetto, che si può prestare o regalare a proprio piacimento, lo stesso dovrebbe essere con il libro digitale.

## 2.2 I DRM

I *Digital Rights Management* (DRM) sono sistemi per la gestione dei diritti digitali. È una tecnologia mediante la quale il titolare del diritto d'autore può esercitare e amministrare tale diritto in ambiente digitale, attraverso la possibilità di proteggere, identificare e tracciare le proprie opere.

La possibilità di far circolare le opere dell'ingegno in forma digitale, anche e soprattutto attraverso reti telematiche, ha messo in forte crisi il settore dell'industria culturale: infatti, le attuali tecnologie consentono con estrema facilità di effettuare copie non autorizzate di opere protette e distribuite via rete telematica. Questa possibilità è alla portata anche di un utente inesperto, quindi non occorre essere pirati informatici.

Inoltre, le tecnologie oggi disponibili permettono non solo di creare copie di una qualità del tutto identica all'originale, ma anche di manipolare i contenuti dell'opera protetta, quindi è possibile una vasta serie di violazioni della normativa sul diritto morale d'autore, che non vengono né tutelate né rilevate.

Seguendo l'evoluzione tecnologica è possibile distinguere tre generazioni di sistemi di DRM: la prima generazione visualizza semplici dati del titolare dei diritti; nella seconda generazione si è aggiunto a queste caratteristiche altre funzioni relative alla protezione, all'identificazione e all'accesso dei contenuti; i sistemi di terza generazione sono invece in grado non solo di identificare e proteggere l'opera, ma anche di gestire i rapporti tra tutti i soggetti coinvolti nell'amministrazione di questa e dei diritti ad essa relativi.

I file digitali vengono codificati e criptati tramite i DRM, così da controllarne la diffusione. L'utilizzo del file può essere limitato nel tempo o stabilito a priori attraverso una licenza di accesso che viene fornita a parte all'utente finale.

Il funzionamento dei DRM è basato sulla crittografia: il contenuto è leggibile solo se si è a conoscenza della chiave di cifratura e questo è possibile a patto di essere i legittimi proprietari del contenuto.

Attraverso questo sistema è possibile identificare la copia originale del file e di conseguenza le eventuali copie illegali; fare in modo che il file protetto sia riproducibile solo tramite lettori che siano in grado di riconoscerne le informazioni di codifica ed eventualmente un numero di volte stabilito in fase di acquisto e

risalire ai possessori dei file originali per individuare e prevenire le violazioni del diritto d'autore.

I sistemi di protezione sono studiati per difendere i file dagli utenti media e non dai criminali informatici né da quegli utenti con intenti simili e il copyright deve adattarsi ai nuovi scenari dettati dalla tecnologia.

Nel mercato dei libri digitali ci sono pareri discordanti riguardo l'opportunità di applicare i DRM agli ebook. Da una parte infatti si ha paura della pirateria e della perdita di lettori e di vendite sia per la versione cartacea che per quella digitale del testo. Dall'altro si preferiscono diverse forme di protezione dei file, basate non tanto sulle restrizioni tecniche, ma sui meccanismi sociali della Rete. Inoltre, le modalità con cui gli strumenti tecnologici proteggono e gestiscono i diritti sulle opere dell'ingegno possono entrare in conflitto con i diritti dei fruitori delle opere. Il nodo del problema sta dunque nel far accettare agli utenti un tipo di tecnologia che limiti il proprio diritto di disporre dei beni legittimamente acquisiti.

In effetti, il DRM non impedisce il proliferare delle copie illegali, ma il suo utilizzo si basa sulla convinzione che sono state comunque tentate tutte le possibilità per proteggerlo; tuttavia, nessuna tecnologia digitale di protezione è sicura al 100%.

Il *social DRM* consiste nell'includere all'interno del file che si acquista anche alcune informazioni sul proprietario, in modo da poter risalire a lui nel caso in cui il documento venga immesso nelle reti pirata o semplicemente ne venga fatto un uso illegale. A differenza dei sistemi DRM classici, il social DRM non limita l'utilizzo del file in alcun modo, ma agisce da deterrente contro il file sharing. Ma anche in questo caso non ci troviamo davanti ad una difesa inviolabile, ma visto che non limita l'utilizzo del file, viene percepito come meno invasivo e non spinge quanto il DRM classico al tentativo di rimuoverlo o forzarlo.

Per rafforzare le relazioni sociali con i propri lettori si dovrebbe ragionare sulla creazione di un servizio migliore sui contenuti, che diventi più accattivante di un download gratuito, ma illegale.



## 2.3 Creative Commons

In questo ambito è importante non trascurare le licenze di tipo Creative Commons<sup>12</sup>: nascono per la distribuzione gratuita delle opere di ingegno e permettono ai detentori dei diritti di trasmetterne alcuni al pubblico e di conservarne altri, attraverso diverse tipologie di contratto. In Italia le licenze Creative Commons sono state introdotte e adattate a partire dal 2003.

Le licenze di Creative Commons sono di sei tipi e stabiliscono esplicitamente quali sono i diritti riservati, modificando la regola alla base del copyright che prevede che lo siano tutti. Queste licenze si basano su quattro specifiche:

- *Attribuzione* (BY), indica che l'indicazione dell'autore è obbligatoria, così che sia possibile individuarne la paternità;
- *Non uso commerciale* (NC), non consente usi commerciali dell'opera che deve essere diffusa senza alcuna alterazione;
- *Non opere derivate* (ND), non consente elaborazioni dell'opera che deve essere diffusa senza alcuna alterazione;
- *Condividi allo stesso modo* (SA), qualsiasi utilizzo e diffusione dell'opera deve essere fatto secondo le stesse condizioni scelte dall'autore.

Queste specifiche vengono combinate in più modi dando vita alle sei licenze:

- BY
- BY – ND
- BY – NC – ND
- BY – NC
- BY – NC – SA
- BY - SA

---

<sup>12</sup> Sono licenze che offrono sei diverse articolazioni dei diritti d'autore per artisti, giornalisti, docenti, che desiderano condividere in maniera più ampia le opere secondo il modello "alcuni diritti riservati"

# LINGUAGGIO WEB

## 1. SCRITTURA ONLINE, SCRITTURA CARTACEA

### 1.1 Spazio e tempo

L'informazione online ha alcune particolari caratteristiche che la rendono diversa da quella dei media tradizionali.

Sulla Rete come tutti sanno non ci sono problemi di spazio, mentre chi scrive sulla carta stampata deve rispettare un certo numero di battute prestabilito; la possibilità per un giornalista di scegliere in che modo approfondire una notizia è sicuramente una caratteristica molto importante; inoltre, un giornalista può esporre un avvenimento con l'integrazione di tabelle e documenti, così da fornire al lettore un quadro più chiaro della situazione; ancora, sarà l'utente a scegliere che cosa approfondire, cliccando solo sulle notizie che lo interessano.

Per quanto riguarda il fattore tempo, il giornale cartaceo deve aspettare il mattino per entrare nelle edicole, mentre Internet non ha limiti di tempo: la notizia è data non appena è disponibile, in un flusso continuo e inarrestabile di notizie. L'unico limite legato al tempo riguarda l'utente, si tratta cioè del tempo che il lettore ha a disposizione per leggere la notizia; Internet tuttavia risolve questo problema attraverso la possibilità di archiviare le informazioni che interessano l'utente e la possibilità di salvarle sul proprio Pc nel momento in cui avrà il tempo di leggerle.

Altro aspetto specifico dei contenuti online è la multimedialità: una notizia sul web non è composta solo dal testo, ma anche da fotografie, come sulla carta stampata, da dati audio e video; tuttavia, da uno studio della Stanford University, è risultato che la maggioranza dei lettori di giornali elettronici sono interessati al testo e si soffermano per prima cosa sui titoli e gli articoli, mentre fotografie, grafici e video sono in secondo piano.

## 1.2 Dal cartaceo al Web

Nel passaggio dalla stampa al medium virtuale le esigenze delle differenti scritture possono trovarsi in conflitto o comunque possono trovarsi davanti alla differenza fra la forma “testuale” e quella “ipertestuale” del web. Inoltre, Internet richiede semplicità e immediatezza, mentre il saggio cartaceo può permettersi una maggiore fluidità nel testo.

Nella forma testuale tradizionale ci sono già alcuni elementi di ipertestualità: ad esempio, una sorta di ipertesto si trova nelle note, nelle appendici, nelle illustrazioni con le relative didascalie, negli indici. Anche l'anticipazione del contenuto della ricerca data dai sommari da un breve riassunto, detto *abstract*, è una forma di ipertesto.

Fra le differenze più evidenti di un'opera testuale on-line e una cartacea riguarda la consistenza e l'impaginazione delle immagini: nel primo caso queste devono essere direttamente inserite nel fluire del testo. Le immagini sono presenti sullo schermo in piccole dimensioni che sono cliccabili e ingrandibili, così da poterne permettere una piena visibilità. Le immagini non sono in questo caso un puro abbellimento al testo, ma documenti altrettanto importanti.

Oggi più di ieri è importante che il testo venga curato soprattutto da chi lo scrive e non tanto dall'editore, che oggi si occupa maggiormente della pubblicità e della distribuzione dell'opera. Purtroppo si trovano in vendita molti libri che dal punto di vista formale hanno una cattiva impaginazione e una pessima forma linguistica. Questo avviene a maggior ragione sul web: siti dai contenuti mal organizzati, scritti male e pieni di errori. Spesso infatti gli autori non sanno come scrivere un testo, cioè come comunicare in maniera efficace attraverso la scrittura. Un testo, infatti, deve essere facilmente fruibile dal lettore; a parte i testi narrativi che rispondono a una particolare struttura, i testi di tipo saggistico o informativo devono avere una forma chiara per ogni lettore, ebook, sito web, tesi di laurea...

Prima di tutto è importante sapere a quale tipo di pubblico ci si vuole rivolgere, così da poter utilizzare il linguaggio più appropriato; allo stesso modo è necessario chiedersi perché il lettore compra un testo, quali informazioni questo testo può dargli; ancora, si deve valutare se sarà un testo da leggere dalla prima all'ultima pagina o solo da consultare.

### 1.3 Scrivere per il Web

Un testo in formato digitale così come un testo cartaceo può essere diviso in parti, capitoli, paragrafi e può contenere schede, tabelle, approfondimenti, figure, didascalie...

A maggior ragione, il testo in formato digitale è molto strutturato, è un ipertesto con vari livelli di approfondimento e rimandi. Un testo non strutturato, un blocco continuo sarebbe molto faticoso da leggere e da consultare. Quindi organizzare le informazioni è fondamentale per una maggiore efficacia della comunicazione.

La scrittura per un sito di news deve essere pensata a blocchi progressivi di approfondimenti, per garantire una maggiore rapidità nella pubblicazione di notizie.

Per conferire al testo una certa credibilità, per prima cosa è importante controllare sintassi e grammatica: anche se interessante, un testo con periodi molto lunghi o addirittura sgrammaticati non sono usabili. Per rendere il testo più leggibile, si possono utilizzare elenchi puntati o grassetto per evidenziare l'importanza di una parola; tuttavia, bisogna stare attenti all'uso del grassetto perché potrebbe perdere la sua funzione di accentrare l'attenzione. Leggere sul web ovviamente non è come leggere su carta, né l'utente può sottolineare con una matita; dunque, il testo viene passato in rassegna con lo sguardo, alla ricerca di titoli e parole chiave, che quindi devono essere organizzati in maniera chiara e precisa.

Per una migliore visualizzazione del testo, una buona scelta è la separazione dei paragrafi, sia con la spaziatura, cioè l'inserimento di una riga vuota, che con l'indentazione, cioè l'inserimento di spazio all'inizio di una riga. Ancora, è preferibile evitare l'allineamento centrato, a meno che non si tratti dei titoli, mentre le righe è importante che siano brevi sia sul cartaceo e a maggior ragione sul web dove la lettura è più lenta e più faticosa.

I colori indicati per il testo sono il nero o il grigio scuro su sfondo bianco; altre soluzioni non sono ottimali. L'occhio umano infatti riesce a cogliere con grande facilità il contrasto, mentre altri colori potrebbero risultare poco leggibili soprattutto per chi ha problemi alla vista.

Ogni singola componente del testo deve avere un titolo e ogni titolo deve avere una trattazione grafica tale da far capire chiaramente al lettore che si è passati a un nuovo argomento o si sta approfondendo l'argomento precedente.

In un sito web i titoli rivestono un'importanza particolare: c'è il titolo del sito, il titolo della singola pagina o sezione, i titoli degli articoli, che vengono contrassegnati con i tag html h1, h2, h3, h4, in ordine decrescente di importanza.

Indici, mappe e menù sono strumenti indispensabili per l'usabilità del testo, ma spesso sono trascurati o mal strutturati. In un testo stampato si trovano indici e sommari, in un testo digitale è più facile trovare mappe e menù. Questi strumenti servono a orientare il lettore e a guidarlo nella ricerca dell'informazione giusta.

Il sommario è l'elenco strutturato delle singole parti di cui è composto un testo; la grafica deve rispettare la gerarchia dei titoli per quanto riguarda le proporzioni. In un testo digitale il sommario è chiamato menù: contrariamente a quanto accade in un testo stampato, esso è presente in ogni pagina o come singolo link che riporta alla pagina del menù, o come elenco di link corrispondenti ai vari argomenti. La struttura di un sito complesso, formato da molte sezioni, può essere rappresentata graficamente con una mappa, anche se a volte la mappa del sito è solo un elenco testuale delle varie sezioni con qualche riga di spiegazione. Sono tutti strumenti che aiutano il lettore nell'individuazione dell'informazione cercata e contribuiscono a elevare il livello della comunicazione e della fruibilità, rendendo il testo più usabile.

Il linguaggio utilizzato deve essere comprensibile a tutti, quindi è bene evitare termini dialettali, specialistici o troppo dotti; inoltre, quando si scrive è sempre meglio evitare le maiuscole perché rallentano la velocità di lettura.

Le note possono essere esplicative e bibliografiche. Le prime servono a chiarire un concetto o fornire altri dati e informazioni accessorie, che se date all'interno di un testo principale, farebbero perdere il filo del discorso, pregiudicando la comprensione del testo.

Le note bibliografiche invece hanno lo scopo di fornire i riferimenti bibliografici di una citazione e possono essere poste alla fine di una pagina o tutte insieme a fine capitolo o a fine volume.

Ci possono essere diversi tipi di bibliografia: questa può elencare i testi scientifici usati per la stesura del testo o le fonti di citazioni oppure i testi consigliati per approfondire l'argomento. Questi diversi tipi possono essere presenti in uno stesso volume con titoli differenti: bibliografia essenziale, testi consigliati, riferimenti bibliografici; comunque è sempre meglio esplicitare di che tipo di bibliografia si tratti.

Oggi, Internet è diventata la più grande biblioteca del mondo, quindi è normale che fra i riferimenti non possano mancare siti o pagine web. Così come la bibliografia, anche la sitografia può riportare fonti di dati o indirizzi per approfondire il tema trattato. Poiché gli indirizzi web (URL) possono essere poco significativi, è importante farli precedere da un titolo o almeno dall'indicazione del contenuto.

Le illustrazioni non sono semplici decorazioni, ma hanno la funzione di completare l'informazione, facendo leva sulla comunicazione visiva: sviluppando la comunicazione su più piani, si aumenta il coinvolgimento del lettore e si attira maggiormente la sua attenzione. L'illustrazione normalmente integra il messaggio del testo rendendolo più comprensibile; alle immagini a volte è data la funzione di dare informazioni accessorie, senza appesantire il testo.

#### **1.4 L'ipertesto**

La più importante differenza fra la scrittura per il web e la scrittura cartacea è l'*ipertesto*, termine coniato da Ted Nelson nel 1965, un esperto di informatica. Nelson per ipertesto intendeva una serie di brani di testo tra cui sono definiti dei collegamenti che consentono al lettore dei percorsi differenti. L'ipertesto, dunque, è una scrittura non sequenziale, che consente al lettore di scegliere il percorso da seguire. L'originalità dell'ipertesto consiste di modificare i percorsi di lettura, permettendo al lettore di esplorare liberamente il testo.

Chi scrive, dunque, non deve più creare un'esposizione unitaria, sequenziale, ma deve frammentare i vari concetti, organizzandoli in modo tale da renderli fruibili anche in modo diversi. Ovviamente anche la struttura dell'ipertesto deve seguire una precisa logica, altrimenti si rischia che il lettore si perda nelle varie pagine e nei rimandi.

Quando si scrive per il web è importante sapere che cosa si deve linkare; ci sono due tipi di link: il *surface linking*, cioè il rimando alla home page del sito di riferimento e il *deep linking*, cioè il rimando diretto alla parte che ci interessa all'interno di un sito.

Il giornalista o l'editore deve far apparire nella prima pagina, cioè la home page, le notizie principali e tutto ciò che può sollecitare l'interesse del navigatore, in modo che vada a cliccare su più notizie e più pagine, aumentando così il tempo di permanenza nel sito.

Il magazine digitale non può utilizzare lo stesso layout di quello cartaceo, che si espande in orizzontale, racchiudendo il contenuto degli articoli tra immagini e paragrafi.

Il layout dovrà seguire le specifiche di lettura adottate dal web e dai computer, scorrendo il testo in verticale, con importanza data soprattutto ai contenuti testuali, ben leggibili, grazie ai metodi di formattazione HTML, come grassetto, corsivo, spaziature... , che enfatizzano i punti chiave dell'articolo. Dunque, la navigazione non può derivare da quella cartacea: innanzitutto per il web la singola notizia deve trovarsi in un'unica pagina, mentre il cambio di pagina deve coincidere con un nuovo articolo.

## **2. WEB USABILITY**

### **2.1 I principi dell'usabilità**

L'**usabilità del web** è l'applicazione dei principi dell'usabilità per quanto riguarda la navigazione. È un approccio della progettazione per rendere i siti web semplici da usare per l'utente finale, senza che debba avere una formazione specifica: l'utente deve essere in grado di capire come procedere nella navigazione, che quindi deve essere intuitiva, così come intuitive devono essere le azioni da compiere all'interno della pagina. Dunque gli obiettivi principali della web usability sono: presentare l'informazione all'utente in modo chiaro e conciso; offrire all'utente le scelte corrette in maniera ovvia; eliminare ogni ambiguità relativa alle conseguenze di un'azione; mettere la cosa più importante nella giusta posizione all'interno della pagina web.

Dunque, i principali attributi dell'usabilità sono:

- Utilità
- Facilità di apprendimento
- Efficienza
- Facilità di ricordo
- Quantità di errori
- Soddisfazione

L'utilità riguarda il senso stesso del sito, ovvero se serve a qualcosa e a chi. La facilità riguarda il comportamento degli utenti quando si trovano davanti ad un sito che non hanno mai visto e se capiscono cosa devono fare. Per efficienze si intende la possibilità che l'utente ha di ricevere risposte sensate e veloci o se devono ritentare per ottenere quello che vogliono. La facilità di ricordo riguarda il fatto che l'utente si ricordi immediatamente come navigare all'interno del sito quando vi torna la seconda volta. Ancora, è necessario stare attenti affinché gli



utenti non commettano errori o che non ve ne siano all'interno del sito stesso. Infine, è importante capire se il sistema è soddisfacente da usare.

Il punto di vista dell'utente è la prima cosa di cui tenere conto nella progettazione e produzione di un sito web. Le statistiche dicono che quasi nella metà dei casi non si riesce a trovare l'informazione: questo non perché ciò che viene proposto non è interessante, ma perché non si riesce a capire che cosa si stia vendendo.

Per quanto riguarda lo stile è importante ricordare di non inserire alcuni elementi di cattivo gusto come gif animate: quando in una home page tutto si muove e lampeggia, l'effetto finale è fastidioso. Lo stesso discorso vale per gli sfondi psichedelici e per la presenza di bottoni di tutti i colori, spesso usati da coloro che sono alle prime armi. Anche i file midi possono infastidire il navigatore: sono di pessimo gusto e fisicamente fastidiose per l'orecchio.

Sempre per favorire l'usabilità del sito, bisogna evitare che la home page si carichi troppo lentamente: la maggior parte degli utenti, infatti, non aspetta che succeda qualcosa, ma lascia perdere, rivolgendo la sua attenzione ai molti altri siti presenti sul web.

Ancora, è indispensabile prestare attenzione al pop-up di Windows: la finestrella è poco tollerata quando approfondisce il contenuto di una pagina, ma del tutto insopportabile quando si apre per la pubblicità, soprattutto quando si apre ogni volta che si preme un tasto back.

Il responso di un sito deve essere di circa 6 secondi, che in effetti possono sembrare pochissimi, ma non a chi deve visionare una lista di molte pagine web.

Quando si costruisce un sito si deve pensare anche al fattore accessibilità, cioè tutti gli utenti, nonostante i diversi browser, le piattaforme e le generazioni che cambiano ogni anno, devono poter accedere ai contenuti del sito; lo stesso vale per gli ipovedenti o i daltonici o chiunque abbia problemi di vista. Altra caratteristica importante di un sito è la facilità con cui deve essere modificato e ingrandito, ovvero la capacità di contenere l'accumulo di informazioni che si sedimentano nel tempo.

Sappiamo che una caratteristica importante dei testi online è l'ipertestualità. Jakob Nielsen ha indicato tre tipi principali di link:

- **Link topici:** il testo sottolineato che conduce ad ulteriori informazioni riguardo all'argomento trattato. C'è chi non è d'accordo riguardo

l'inserimento di troppi link all'interno del testo, con il rischio di spezzare troppe volte la lettura.

- **Link associativi:** vengono usati per indicare altre pagine dal contenuto simile a quello attuale, che quindi l'utente potrebbe trovare interessante.
- **Link strutturali:** sono utilizzati per connettere fra loro diversi livelli della struttura del sito; è importante che questi link vengano ripetuti nella stessa maniera in tutte le pagine del sito, di modo che l'utente possa sapere quali opzioni di navigazione aspettarsi.

Per costruire un sistema di navigazione usabile non basta inserire un link dopo l'altro nel sito: l'esperienza di navigazione può essere definita in modo tale da guidare gli utenti da un punto all'altro del sito web, riconoscendo punti di ingresso, punti di azione e punti di uscita. Importante è individuare uno specifico **punto di azione**, cioè il luogo in cui vogliamo guidare i nostri utenti; ci sono zone dell'ambiente web dove i visitatori possano interagire e, ad esempio, ottenere l'informazione desiderata. Dal punto di ingresso, gli utenti dovrebbero trovare percorsi chiari verso ogni punto di azione del sito: la home page è il primo punto di azione. I punti di uscita sono i nodi dove si concentrano maggiormente le uscite dei visitatori dal sito: nel migliore dei casi gli utenti escono dal sito perché hanno finito quello che dovevano fare o perché hanno trovato quello che cercavano, mentre nel peggiore dei casi escono perché non riescono a trovare quello che vogliono. Se si capisce perché gli utenti escono dal nostro sito è possibile inserire dei punti di azione.

Per organizzare al meglio i link nella home page è importante gerarchizzare il contenuto, promuovere i contenuti principali con colori, cercando di minimizzare le possibilità di confusione; organizzare al meglio i contenuti in aree ben chiare. Per quanto riguarda il testo, ogni pagina dovrebbe contenere un articolo intero: infatti, è meglio avere una pagina un po' allungata che dividerla in prima e seconda parte, costringendo l'utente ad interrompere la lettura e ad aspettare il caricamento di una nuova pagina.

Al fine di una maggiore comprensione, è bene non utilizzare bottoni "avanti" e "indietro", ma è meglio usare il testo per spiegare dove porterà il link, ad esempio utilizzando la dicitura "Leggi l'articolo completo".

Altro elemento importante in una pagina web è l'utilizzo dei rollover, che aiutano a distinguere tra grafica decorativa e di navigazione, dando inoltre l'impressione che

l'interfaccia reagisca alla presenza dell'utente. Parlando invece degli elementi strutturali, questi vanno inseriti dove gli utenti si aspettano di trovarli: ormai i siti hanno un formato standard e può essere controproducente voler essere creativi. Dunque, i contenuti principali si devono trovare al centro pagina, le barre di navigazione orizzontalmente nella parte superiore della pagina oppure verticalmente sulla sinistra; il ritorno alla home o altre intestazioni, in alto a sinistra.

## **2.2 Jakob Nielsen**

Jakob Nielsen è un informatico danese. Con Donald Norman, Bruce Tognazzini e Jef Raskin, è considerato il guru dell'usabilità. Dopo un dottorato in design dell'interfaccia utente e informatica, lavorò nella Bellcore dell'IBM e come ricercatore alla Sun Microsystem.

Quando il Web era ancora all'inizio, nel 1991, Nielsen predisse giustamente che l'ipertesto sarebbe stato il futuro del design dell'interfaccia utente, scrivendo un libro sull'argomento.

I suoi articoli sull'ipertestualità attirarono i media e Nielsen fondò una compagnia di consulenza sull'usabilità, la *Nielsen Norman Group*,

Nielsen è dunque considerato la massima autorità sull'usabilità del Web; famose sono le sue critiche, anche severe, a siti popolari, soprattutto per l'uso smodato di animazioni come Flash e grafica a spese dell'usabilità, cosa dannosa specialmente per i disabili.

Nielsen continua a scrivere in una newsletter sul web design e ha pubblicato vari libri su questo soggetto. Ricordiamo:

- *Web usability*
- *Usability Engineering*
- *Homepage usabilità, 50 siti Web analizzati*
- *Web usability 2.0. L'usabilità che conta*

Il sito Web di Jakob Nielsen è [www.useit.com](http://www.useit.com), dove spiega i principi dell'usabilità attraverso articoli, video e rimandi ad altri siti fra cui anche alcune famose riviste come *Wired*; è possibile trovare anche una biografia completa di Jakob Nielsen.

La particolarità del sito è la quasi totale mancanza di grafica. In uno degli articoli, viene spiegato il perché di questa scelta: come prima cosa, le pagine sono molto più leggere, quindi tutti gli utenti che vi accedono riescono a visualizzare le pagine in tempi brevi.

Nielsen tende inoltre a sottolineare di non essere un grafico, di conseguenza la grafica del suo sito può risultare scadente, sito creato da lui stesso e non da professionisti.

Il sito fu creato nel 1995, tuttavia questi principi sono ancora validissimi, considerando che spesso un utente a cui non si apre una pagina entro i secondi standard preferisce cercare altrove le informazioni piuttosto che stare ad aspettare.

### **2.3 Usabilità di Nielsen**

Dal libro *Web Usability* di Jakob Nielsen:

In una pagina Web lo spazio vuoto non è necessariamente inutile, anzi, al contrario è bene non creare pagine troppo compatte, mentre lo spazio vuoto può guidare lo sguardo e aiutare gli utenti a capire in che modo le informazioni vengono strutturate. Bisogna ricordare che la semplicità vince sempre sulla complessità, quindi, se tolto un dato elemento la pagina funziona allo stesso modo, si può anche eliminare quell'elemento. È bene progettare un sito che dia libertà di movimento nella navigazione e, ad esempio, inserire un logo su ogni pagina, così che l'utente possa contestualizzare la pagina, anche se accede direttamente a una interna.

L'inizio della pagina deve essere significativo anche prima che sia stata caricata qualche immagine; per queste è necessario utilizzare gli attributi ALT, affinché gli utenti possano comprendere il contenuto prima che vengano visualizzate.

I link sono la parte più importante dell'ipertesto, dato che connettono fra loro le varie pagine e permettono all'utente di spostarsi in nuove pagine del Web (vedi 3 tipi di link). Ogni volta che un utente legge una pagina dovrebbe sempre avere la possibilità di vederne altre sullo stesso argomento o scritte dallo stesso autore. Con

i browser più recenti è possibile far comparire una breve spiegazione del link, detta *titolo*, prima che l'utente lo selezioni: in questo modo si anticipa dove il link porterà, diminuendo l'eventuale disorientamento dell'utente nel momento in cui arriva nella pagina.

In questo modo, è anche meno probabile che un utente vada dove non gli interessa andare e perderanno meno tempo se sapranno cosa aspettarsi. Inoltre, quei browser che non riescono a visualizzare i titoli dei link semplicemente li ignorano: infatti, il titolo del link non è un tag né influenza l'impaginazione e le pagine appariranno comunque identiche.

Dunque, lo scopo del titolo di un link è di aiutare gli utenti a capire in che pagina si troveranno a seconda del link che sceglieranno di seguire; le informazioni appropriate da utilizzare sono: il nome della destinazione, se è diverso dal sito attuale; il nome della sezione della destinazione, se ci si sposta in un'altra parte dello stesso sito; dettagli aggiuntivi sul tipo di informazioni che troveremo sulla pagina di destinazione.

Quando ci si riferisce ad una pagina, è buona norma utilizzare lo stesso URL, altrimenti il browser può non accorgersi che si riferiscono entrambi alla stessa pagina.

Da uno studio è emerso che le pagine Web non vengono lette dall'inizio alla fine, ma vengono ricercate solo nelle parti ritenute interessanti. Dunque, chi realizza pagine Web deve lavorare sugli ipertesti.

Ogni testo per Internet dovrebbe essere scritto appositamente, tenendo conto di tutte le particolarità di questo nuovo medium, come l'ipertesto, i link, la stretta relazione fra le parole e le immagini.

Quando si riportano testi cartacei sul Web, è necessario seguire degli accorgimenti:

- rileggere bene il testo eliminando ridondanze, aggettivi di troppo;
- dividere il testo in paragrafi indipendenti l'uno dall'altro, ognuno non più lungo di una schermata;
- titolare ogni paragrafo, condensando nel titolo il contenuto del paragrafo; importante è individuare alcune parole chiave all'interno del testo, per far cogliere gli elementi essenziali al primo sguardo, attraverso la sottolineatura o il grassetto;

- controllare e semplificare la sintassi, prestando particolare attenzione ai periodi troppo lunghi;
- adottare un tono più diretto e colloquiale e, se possibile, rivolgersi direttamente al lettore;
- arricchire il testo con link di approfondimento;
- mettere un indice con i titoli dei paragrafi e un link diretto ad ogni paragrafo.

È importante far capire subito al lettore di che cosa si sta parlando, dell'argomento che si vuole trattare, senza che il lettore si debba addentrare troppo nel testo. Bisogna guidare l'attenzione dell'utente nei punti principali del testo, ad esempio sottolineando le parole chiave tramite l'uso del grassetto. La ricerca ha infatti dimostrato che la lettura sul Web sia più lenta rispetto alla lettura su carta, dunque nessun utente ama leggere lunghi testi su internet; per ovviare a questo problema bisogna cercare di scrivere il 50% di testo in meno.

Come minimo, tutte le pagine dovrebbero essere controllate per evitare errori ortografici, che, oltre ad essere imbarazzanti, possono rallentare o confondere gli utenti.

Quando si scrive un titolo, è più importante che l'utente capisca quali sono i contenuti che troverà nella pagina e non occorre che sia sempre un titolo ad effetto. I titoli online hanno caratteristiche diverse rispetto a quelli cartacei, anche perché è diverso il modo in cui vengono usati. Le principali differenze nell'uso dei titoli sono:

- i titoli dei contenuti online sono spesso utilizzati al di fuori del loro contesto, anzi spesso vi sono situazioni molto decontestualizzate.
- anche se il titolo si trova nel giusto contesto, la difficoltà della lettura online e la ridotta quantità di informazioni presenti in una schermata, possono portare a non comprendere del tutto la relazione fra titolo e contenuto.

Dunque, il testo di un titolo devono reggersi da solo e avere un senso compiuto, anche quando il resto dei contenuti è assente.

Altro elemento importante è la definizione di una struttura logica del testo, cioè impostare titoli e sottotitoli dei vari paragrafi. Per avere la massima flessibilità è

necessario usare i fogli di stile, che permettono di rendere uniforme il layout all'interno del sito; le varie impostazioni possono essere personalizzate tramite CSS, alleggerendo il peso della pagina e diminuendo i tempi di download. Per avere minimi requisiti di accessibilità basta evitare ad esempio caratteri troppi piccoli che possono penalizzare gli ipovedenti.

Ancora, spesso si naviga in un testo in cerca di collegamenti interessanti, quindi è importante costruire un ipertesto che abbia un senso per il lettore.

La grafica sulle pagine Web dovrebbe essere ridotta al minimo, a causa dei lunghi tempi di caricamento; se l'uso di alcuni elementi grafici è irrilevante va eliminato; tuttavia, in molti siti le immagini sono molto importanti, come in quelle pagine dove vengono venduti dei prodotti, che giustamente l'utente vuole vedere almeno in foto prima di passare all'acquisto.

La home page è la parte più importante del sito, di conseguenza deve essere progettata in maniera diversa, pur condividendo lo stesso stile delle altre pagine. Alcune differenze ci sono: ad esempio, è inutile inserire un link alla home se nella home ci siamo di già. La prima funzione della home page è quella di far capire all'utente dove si trova e a che cosa serve il sito. Uno fra gli elementi più evidenti della home page dovrebbe essere il nome dell'azienda o del sito, che dovrebbe essere poi ripetuto in tutte le altre pagine. In questo modo il sito è sempre riconoscibile e non c'è bisogno di inserire troppi elementi; sufficiente è inserire un link alla home page, possibilmente sempre nella stessa posizione: lo scopo è quello di rendere la home page raggiungibile da ogni punto del sito.

## ESEMPI DI RIVISTE

### 1. WIRED USA

#### 1.1 Storia di Wired

Wired è una rivista mensile Americana e un periodico on-line, pubblicato dal marzo del 1993, i cui articoli si occupano di come la tecnologia influenza la cultura, l'economia, la politica. Viene pubblicata a San Francisco in California.

L'editoriale era originariamente ispirato alle idee di Marshall McLuhan, teorico che studiava gli effetti della comunicazione sia sulla società nel suo complesso che sul comportamento dei singoli. Secondo McLuhan, è il mezzo tecnologico che determina i caratteri della comunicazione, producendo determinati effetti; da qui la sua famosa tesi "il mezzo è il messaggio".

Dal 1998 al 2006, *Wired* magazine e *Wired News*, pubblicato su Wired.com ha separato i proprietari.

Il magazine è stato creato dal giornalista Americano Louis Rossetto e la sua partner Jane Metcalfe nel 1993, con l'iniziale sostegno dell'imprenditore informatico Charlie Jackson e da Nicholas Negroponte, una delle colonne portanti della rivista per ben sei anni. John Plunkett e Barbara Kuhr si occuparono del designer fino al 1998.

**Louis Rossetto** è un giornalista americano; nel gennaio del 1993, insieme alla sua compagna **Jane Metcalfe**, lanciò *Wired*, rivista molto ammirata per il suo coraggioso design e per i suoi articoli riguardanti la cultura digitale. È sotto Rossetto che la rivista vinse due National Magazine Awards per la categoria di *General Excellence* e uno per la categoria di *Design*.

Nel 1994, *Wired* lanciò su Internet il primo Web magazine commerciale, chiamato *HotWired*; in seguito, il magazine creò anche un libro, *HardWired* e un canale televisivo, *Wired TV*; dal 1996, uscirono anche le due edizioni estere, in Giappone e Regno Unito.



Vista la rapida espansione della società creata da Rossetto e Metcalfe per la gestione delle attività di *Wired*, i due soci lanciarono un'offerta pubblica iniziale, ma dopo il fallimento di questa operazione, dovettero accettare Providence Equity come partner finanziario, che nel 1997 assunse il controllo della rivista, rivendendo l'anno dopo la società in più parti.

L'esperienza di Rossetto e Metcalfe a *Wired* terminò nel 2001.

**Charlie Jackson** è un imprenditore che ha fondato la Silicon Beach Software e fu uno dei primi investitori di *Wired*. Nel 1994, Jackson prestò a *Wired* i soldi che permisero alla compagnia di dare il via a *HotWired*, il primo web magazine commerciale.

**Nicholas Negroponte** è un informatico statunitense famoso per i suoi studi innovativi nel campo delle interfacce tra l'uomo e il computer. Nel 1992 venne coinvolto nella creazione di *Wired* come investitore, inoltre dal 1993 al 1998 contribuì mensilmente con una colonna sul magazine in cui ribadiva il suo concetto di base: "Muovi i bit, non gli atomi"<sup>13</sup>.

**John Plunkett** e **Barbara Kuhr** furono i primi designer di *Wired*; in un'intervista Plunkett dice: "Abbiamo voluto sfatare il tacito tabù del design, secondo il quale dovrebbe essere delicato, raffinato, elegante; forse è così, ma penso che dipenda dal contesto: quindi noi abbiamo pensato che *Wired* dovesse essere vivo e non semplice e sobrio".

*Wired* magazine è stato concepito dai suoi editori come "una macchina del tempo inversa, che ti consente di viaggiare indietro attraverso il tempo e lo spazio in piena comodità"<sup>14</sup>.

*Wired* è importante non solo perché è il primo magazine ad affiancarsi al mondo del Web, ma anche per aver guardato avanti, all'influenza delle nuove tecnologie e non semplicemente alle nuove macchine e ai gadget più trendy. Secondo Rossetto, il magazine doveva essere: "una rivoluzione senza violenza che abbracci un nuovo modo apolitico per migliorare il futuro basandosi sull'economia al di là dei controlli globali, sulle opinioni pubbliche al di là delle urne, sulle persone al di là dei governi e sulle comunità al di là dei confini del tempo e dello spazio"<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> "Move bits, not atoms"

<sup>14</sup> "a reverse time capsule. It would sail back through time and land at people's feet"

<sup>15</sup> "a revolution without violence that embraces a new, nonpolitical way to improve the future based on economics beyond macro control, consensus beyond the ballot box, civics beyond government and communities beyond the confines of time and geography"

I lettori di *Wired* vogliono sapere come la tecnologia cambia il mondo e sono interessati alle grandi idee anche se possono modificare le loro convinzioni. I lettori di *Wired* hanno di solito familiarità con il computer e con Internet, ma questo non è un magazine di computer, ma una rivista di scienza, arte, del mondo online, business, filosofia e degli ultimi gadget tecnologici.

Ogni numero è diviso in sezioni: *Start*, dove ai lettori vengono date una serie di informazioni su diversi argomenti, innovazioni e tecnologie; le storie sono presentate in un brillante e irriverente linguaggio che porta la firma di *Wired*. *Test*, che ogni mese presenta ai lettori i prodotti migliori sul mercato e i più nuovi. La sezione *Play* inizia con la top ten delle cose più nuove e cool del mondo di *Wired*; nel resto della sezione gli editori approfondiscono argomenti riguardanti i libri, i film, l'arte, i giochi... Tutto questo è accompagnato da immagini che permettono di far capire al lettore cosa preferiscono. *Endgame*, parte che con i suoi giochi sfida il lettore a ragionare. *Features*, ogni mese gli editori aprono uno spazio dedicato al futuro della tecnologia, delle imprese, dello spettacolo, della scienza e della cultura; recentemente, *Wired* dedica 22 pagine a difficili problemi a cui gli scienziati non sanno ancora dare una risposta: perché dormiamo? Cosa causa le ere glaciali? Attualmente le foreste accelerano il riscaldamento globale? E tante altre...

Il layout del magazine è interessante perché integra le storie avvincenti e le idee fresche con un'esperta tipografia, una notevole fotografia e delle illustrazioni vivaci. Questa architettura innovativa è stata parte del DNA di *Wired* fin dall'inizio. Il direttore di *Wired*, **Kevin Kelly**, portò con sé diversi scrittori da altre pubblicazioni, fra i più noti Bruce Sterling e Stewart Brand, William Gibson. Kelly è un esperto di cultura digitale ed ha fatto molto per rendere la tecnologia parte della cultura popolare

Il primo numero del magazine non tendeva a sottolineare la figura e il ruolo di Internet, parlando principalmente di giochi interattivi, effetti digitali, simulazioni militari...; tuttavia, vi erano alcuni riferimenti al mondo di Internet come i siti per appuntamenti o un tutorial per installare un "bozo filter", cioè un filtro che consente di eliminare o mettere da parte email provenienti da fonti non gradite. L'ultima pagina, scritta da Nicholas Negroponte, era impostata nello stile della email, con ovviamente un indirizzo email falso. Dal terzo numero, una colonna fu dedicata ad una lista di siti FTP, newsgroup e indirizzi email, in un periodo in cui il numero di

questi elementi era ancora basso e queste informazioni erano nuove per il pubblico. *Wired* fu il primo magazine con la lista degli indirizzi mail degli autori. Il magazine fu presto accompagnato dal sito **HotWired**, una nuova collana editoriale **HardWired** e fu lanciata in Inghilterra una versione della rivista, **Wired UK**. Nel 1994, fu commissionato a Jules Marshall un articolo sugli “Zippie”, termine usato per descrivere una persona che fa qualcosa senza chiedere niente in cambio. L’articolo riscosse un enorme successo, tanto che la rivista raggiunse la vetta delle classifiche di vendita.

Dal 2001, *Wired* fu diretta da Chris Anderson ed è lui che ha coniato l’espressione “*The long tail*”, ovvero “*La coda lunga*”, in un articolo dell’ottobre 2004 per descrivere alcuni modelli economici e commerciali, come ad esempio Amazon.com; il termine è utilizzato anche normalmente nelle scienze statistiche per definire modelli di distribuzione della ricchezza. Ad esempio, parlando di editoria, in una rivista con un milione di lettori, la parte editoriale sta nella parte verde, mentre tutto il resto rappresenta la coda lunga, dove ci sono un milione di scrittori con un lettore ciascuno; grazie ai media digitali, la maggiore circolazione di denaro si ha nella coda e non nella testa, quindi i prodotti di nicchia avranno più possibilità di profitto.



Nel Novembre 2004, *Wired* fu pubblicato con *The Wired CD*; tutte le canzoni contenute nel CD erano rilasciate sotto varie licenze Creative Commons<sup>16</sup>, un tentativo di mettere sotto i riflettori un copyright alternativo. A molte delle canzoni avevano contribuito importanti artisti come Beastie Boys, Paul Westerberg e David Byrne.

---

<sup>16</sup> Sono licenze che offrono sei diverse articolazioni dei diritti d'autore per artisti, giornalisti, docenti, che desiderano condividere in maniera più ampia le opere secondo il modello "alcuni diritti riservati"

Nel 2006, Jeff Howe e Mark Robinson coniarono il termine “*Crowdsourcing*”, nel mensile di Giugno: *crowd*, gente comune e *outsourcing* esternalizzare una parte delle proprie attività, è dunque un neologismo che definisce un modello di business nel quale un’azienda o un’istituzione richiede lo sviluppo di un progetto, di un servizio o di un prodotto ad un insieme distribuito di persone non organizzate; questo processo avviene attraverso degli strumenti web. All’inizio il *crowdsourcing* si basava sul lavoro di volontari che dedicavano il loro tempo libero a creare contenuti e risolvere problemi; un esempio è l’enciclopedia Wikipedia.

Negli anni, *Wired* ha incluso nelle sue fila moltissimi scrittori e nomi famosi; nel Novembre 2010, la rivista si è trovata coinvolta in alcune controversie, dopo che molti utenti non erano riusciti a scaricare il numero del mese, dopo che comunque era stato pagato. *Wired* si è trovata quindi in una difficile posizione, inoltre non poteva rimborsare gli utenti. A metà Novembre il problema non era stato ancora risolto e *Wired* ha rilasciato il numero di Dicembre, prima di aver risolto la questione di novembre.

Dal 2004 al 2008, *Wired* ha organizzato un Festival di “prodotti innovativi e tecnologici”; NextFest era stato previsto anche per il 2009, ma successivamente cancellato.

“Molti potrebbero pensare che il processo di design di una cover per un magazine sia prendere una foto e organizzarla con altri elementi in una qualche forma grafica. Non è così per il team del magazine *Wired*”, come dice Scott Dadich, Direttore Creativo della rivista; Dadich confessa di essere un perfezionista, attentissimo ai dettagli ed è anche grazie al suo intuito che il magazine è diventato uno dei più rinomati al mondo per la grafica.

Scott Dadich ha iniziato a lavorare per *Wired* come Direttore Creativo nel 2006; precedentemente aveva lavorato con lo stesso ruolo per il Texas Monthly e sotto la sua direzione entrambe le riviste hanno acquistato prestigio a livello internazionale.

Se si legge *Wired* si nota come non sia graficamente uguale a tutti gli altri magazine presenti sul mercato; anzi, sembra che gli elementi escano dallo spazio. Questo particolare design era previsto per la strategia di *Wired*; quando i lettori videro la copertina del primo numero del magazine si trovarono di fronte ad una pazza combinazione di tipografia, grafica e varie tecniche di stampa; questa mole di informazioni obbligarono il lettore a decodificare il significato del testo.

La forza del design di *Wired* sta nel duo Plunkett + Kuhr; Barbara Kuhr disegnò il prototipo del primo *Wired*, mentre venivano cercati i finanziamenti. Nessuno di coloro che diedero vita alla rivista avevano però alcuna esperienza di come si realizza e si pubblica un magazine nazionale.

Rossetto spiega che “l’arte per *Wired* non è mai stata la ricerca di foto carine o di forme in movimento intorno alla pagina, ma vuole raccontare una storia. John è uno dei migliori narratori che si possono trovare, cosa che è stata dimostrata dai fatti. *Wired* osserva il modo in cui lo fa non perché siamo abituati ad usare inchiostro fluorescente<sup>17</sup>, ma per il fatto che John è un esperto di stampa e pre-stampa”.

Continua John: “Se questa rivista deve portare notizie dal futuro, deve sembrare come appena arrivata dal futuro. Penso che abbiamo fatto un buon lavoro per differenziare *Wired* dalla concorrenza; noi siamo una delle duecento riviste che si possono trovare in edicola. Ci siamo avvicinati alla rivista nel modo in cui tutti si avvicinerebbero ad un problema di progettazione, ovvero dando uno sguardo di insieme al contesto. Ci sono delle tacite regole che stabiliscono come le riviste dovrebbero essere; tutte queste regole sono state ben codificate negli anni Sessanta e da allora non sono più cambiate; dunque, sono diventate la nostra lista delle cose da *non fare*”.

Fin dall’inizio infatti la rivista decise di fare le cose in maniera diversa dagli altri magazine. È importante ricordare che *Wired* è nato nel 1993, anni in cui si stavano sviluppando nuove tecniche di grafica, i computer prendevano piede anche nelle case, Internet cresceva. Emblematico a mio avviso è il caso della copertina del numero di Settembre 1995:

---

<sup>17</sup> Modo di dire, il cui corrispettivo in italiano può essere "specchio per le allodole"



O.J. Simpson viene proposto in versione “bianca”: “Al tempo”, ricorda Plunkett “le immagini create con Photoshop avevano ancora la capacità di sorprendere in un modo che è difficile oggi da immaginare”.

Se ci si ferma a riflettere sulla storia del computer e dell’informatica, ci si accorge come in poco più di mezzo secolo l’uomo abbia fatto passi da gigante: le prime macchine erano ovviamente molto limitate, con la loro lentezza, la loro inaffidabilità o la facilità che avevano a guastarsi, insieme ad una scarsa capacità di memorizzazione dei dati. Con l’utilizzo delle valvole elettroniche si accelerò il processo dell’evoluzione, nonostante ancora la precarietà dei mezzi non permettesse un vero e proprio sviluppo di sistemi soddisfacenti. Vennero costruiti immensi calcolatori, dai costi elevatissimi, utilizzati solo negli ambienti militari e scientifici e non dal pubblico aziendale e scolastico. Con la Seconda Guerra Mondiale, il processo di crescita accelerò, per il bisogno degli Stati di difendersi.

In seguito alla scoperta dei transistor, si diede l’avvio alla fase di miniaturizzazione ed accelerazione dei circuiti; da qui il fiorire di nuove invenzioni, nuove macchine, linguaggi per programmarle e nuove concezioni dei sistemi, che subirono una improvvisa ed inarrestabile accelerata. Il passo successivo furono i microscopici circuiti integrati e i chip, passo dovuto alla corsa delle imprese spaziali e la difesa o attacco missilistico. L’informatica gestita dai mainframe e dai minicomputer aveva ormai preso piede e veniva utilizzata dalla maggior parte delle aziende nel mondo.

Infine, l'ultimo passo è l'introduzione dei mezzi computerizzati anche a livello individuale, grazie al rapido sviluppo dei personal computer.

Grazie dunque a macchinari sempre più precisi e veloci, con il passare del tempo sono nate grafiche sempre più complesse, colorate ed usabili.

È in questo contesto che nascono programmi e software per la grafica e il ritocco di fotografie e immagini: **Photoshop** è senza dubbio il più famoso e il più utilizzato: nasce nel 1990, grazie ai due fratelli Knoll, figli di un fotografo, che idearono il programma per agevolare il lavoro del padre. Altro programma è **Adobe Illustrator**, che nasce nel 1986 ed è un programma che permette di costruire immagini vettoriali attraverso forme geometriche.

Entrambi i programmi sono stati utilizzati da *Wired* per la creazione delle copertine e delle pagine del magazine; e già con questo si differenzia dalle altre riviste che invece utilizzavano normali programmi di impaginazione.

Ritornando alle parole di Plunkett possiamo capire come *Wired* sia sempre stato innovativo e come fin dall'inizio abbia stupito i suoi lettori, con una scelta azzardata ma vincente: prendendo ad esempio le copertine dal 1993 ad oggi, si nota come le immagini escano fuori dallo spazio, non rispettando neanche nelle pagine con gli articoli le gabbie di impaginazione. Si tratta dunque di un'impaginazione senza gabbia, legata fin dall'inizio all'impaginazione elettronica.

È questo lo stupore dei lettori di cui parlava Plunkett: il vedere i risultati portati a compimento con nuovi programmi e nuove tecniche utilizzati per lavori creati con il computer e non per il cartaceo. Da qui l'innovazione e la differenziazione di *Wired* rispetto alle altre riviste che si trovano nelle edicole.

Di seguito alcuni esempi delle copertine dal 1993 al 2010:



Copertina primo numero di *Wired* 1993



Copertina *Wired* Gennaio 2000



Copertina *Wired* Dicembre 2010

Ma *Wired* non si ferma: dal 27 Maggio 2010 la rivista è arrivata su iPad, come ha annunciato il direttore Chris Anderson; la rivista per iPad è disponibile all'acquisto su iTunes al costo di 3,99 euro. Tra i tratti salienti dell'applicazione spicca la musica ideale contorno di immagini e testi; inoltre alcune immagini possono essere viste a 360° gradi ed ogni pagina è realizzata per consentire la migliore visione possibile di iPad sia in orizzontale che in verticale.

Secondo il direttore di *Wired*, la piattaforma iPad è ideale per realizzare il giornale così come lo avevano sempre sognato: infatti, oltre all'impatto visivo della carta, c'è la possibilità per il lettore di interagire, grazie ai contenuti multimediali e interattivi. Un esempio per tutti, viene offerta nel primo numero una storia di sbarchi su Marte, che consente all'utente di esplorare direttamente il pianeta rosso.

La leggibilità è ottima, la definizione molto elevata e l'originale grafica vengono esaltati dal monitor dell'iPad; ma siamo ancora all'inizio: tranne le fotografie 3D (è possibile ruotare gli oggetti con le dita), le animazioni e le gallerie fotografiche, la



versione per iPad non è così diversa da quella cartacea e più ingessata di quella Web; infatti, non ci sono link esterni, non è possibile copiare il testo per incollarlo in un'altra applicazione o condividere link e articoli su social network o email.

Non stupisce che sia proprio questa rivista ad aprire la strada unendosi alle nuove tecnologie; d'altra parte lo aveva già fatto quasi vent'anni fa!

In poche parole, quello che fa *Wired* con iPad è introdurre un nuovo concetto di media che sta a metà strada fra il Web e il giornale cartaceo.

La casa che ha prodotto questa nuova tecnologia è Adobe, che ha presentato le potenzialità delle edizioni digitali; requisito basilare per realizzare un prodotto come *Wired* per iPad consiste nell'acquisto della suite Adobe CS5, più un kit di software liberamente scaricabili in versione beta sul sito di Adobe. Dunque, dalla realizzazione del doppio formato verticale e orizzontale, all'arricchimento delle pagine di contenuti multimediali e interattivi, sembra che il modo di progettare e realizzare edizioni digitali possa diventare la nuova frontiera del design.

In questo primo nuovo numero, la storia di copertina è Pixar, lo studios delle animazioni più famoso di Hollywood, vista l'uscita di *Toy Story 3*; ovviamente, la versione cartacea e il sito continueranno parallelamente a questo esperimento.

## 1.2 **Wired in Italia**

*Wired* è arrivato in Italia nel 2009, sotto la direzione di Riccardo Luna, che ha cercato di portare anche nel nostro paese un format particolare, che ha fatto della rivista la "bibbia" della rivoluzione digitale. *Wired* Italia segue dunque lo stampo innovativo americano, ma si differenzia perché non più del 20% dei contenuti vengono tradotti da *Wired* Usa.

Rimane comunque la divisione in sezioni della rivista: anche nella versione italiana troviamo dunque *Start* con i primi articoli della rivista, *Test* con i prodotti più innovativi presenti sul mercato, *Play*, dove anche nel nostro caso si trova la top ten delle cose da fare, guardare o ascoltare più originali.

Interessante iniziativa di *Wired* Italia è legata al Premio Nobel per la Pace: in ogni numero, sulla rivista viene pubblicato un articolo dal titolo "**10 Voci per un Nobel**", dove vengono raccontate le storie di coloro che hanno fatto diventare la Rete uno strumento di costruzione di massa, storie di uomini e donne che usano la

Rete per rendere il mondo una comunità migliore. Questo perché è da *Wired* Italia che è partita l'idea di candidare Internet al Premio Nobel. Questa proposta si basa sulla convinzione che "Internet costituisca un potente strumento di democrazia e che la comunicazione globale veicolata attraverso la Rete sia il mezzo più efficace per superare barriere di tipo politico e militare, per diffondere la conoscenza e per affermare la cultura della collaborazione e della condivisione", secondo il pensiero di Riccardo Luna, direttore di *Wired* Italia.

Con l'aumento della sua diffusione e della sua accessibilità, Internet ha ampiamente dimostrato di non essere solo una rete di computer collegati fra loro o un contenitore di pagine Web navigabili dagli utenti, ma può essere anche un prezioso strumento di comunicazione globale, in grado di oltrepassare anche quelle distanze dovute alle restrizioni politiche e militari.

Ancora Riccardo Luna commenta: "Dobbiamo guardare ad Internet come ad una grande community i cui uomini e donne di tutte le nazionalità e di qualsiasi religione riescono a comunicare, a solidarizzare e a diffondere, contro ogni bandiera, una nuova cultura di collaborazione e condivisione della conoscenza. Internet può essere considerato per questo la prima arma di costruzione di massa, in grado di abbattere l'odio e il conflitto per propagare la democrazia e la pace".

Ovviamente non mancano le critiche negative anche all'interno della Rete: innanzitutto ci sono delle complicazioni di ordine pratico, come il ritiro del premio; infatti, il Nobel è sempre stato assegnato a delle persone o a dei gruppi ben precisi. Inoltre, proporre un premio per tutti coloro che usano la Rete significa anche includervi coloro che la utilizzano per un fine diverso dalla pace.

Emerge anche la questione economica: la Rete si interroga infatti chi sarà il beneficiario del denaro del premio.

Personalmente ritengo che Internet ha fatto, sta facendo e probabilmente continuerà a fare grandi cose per cercare di avvicinare e far conoscere le varie culture, pensieri, modi di vivere e dure realtà: ad esempio, in Iran Internet ha giocato un ruolo molto importante nel denunciare al mondo il regime. Tuttavia, la Rete viene utilizzata per scopi molto diversi fra loro, facilitando anche la circolazione delle idee opposte a quelle della pace, diffondendo contenuti illegali, portando anche alla violenza. Dunque, forse la Rete intesa nella sua totalità non è ancora pronta per essere definita strumento di pace, ma è possibile lavorare affinché questo possa avvenire.

### 1.3 Wired.com e Wired.it

Il passaggio intermedio fra rivista cartacea e quella per iPad è la creazione del sito wired.com: il sito si presenta in modo abbastanza semplice, con la presentazione nella *home page* degli articoli principali. La prima sezione della *barra dei menù* è dedicata alla possibilità di abbonamento alla rivista cartacea, con la scelta dell'utente di quanti numeri comprare; vi è inoltre la possibilità di regalare il magazine. Le sezioni *Sections*, *Blogs* e *Reviews* hanno un menù a tendina che divide per argomenti gli articoli; aprendo la pagina, si trova l'elenco degli articoli in ordine cronologico.

Nella sezione *Video* si trovano video relativi a diversi argomenti, da trailer di film a pubblicità di gadget. *How-to* si occupa invece di articoli relativi all'alimentazione, ai gadget, a tecnologie come iPod e iPhone, a Internet...

Infine, l'ultima sezione è quella riguardante il magazine cartaceo: in primo piano la copertina relativa e sotto l'elenco degli articoli presenti anche sulla rivista, divisi per quelle categorie già descritte per la versione stampata.

In generale, il sito è ordinato, ricco di contenuti, con argomenti presenti anche nel magazine cartaceo che nuovi articoli e approfondimenti. La navigazione è abbastanza intuitiva, soprattutto per quanto riguarda la sezione dedicata alla rivista, che arricchisce i contenuti con foto e video.

Il sito wired.it è indubbiamente più confusionario di quello Usa: la navigazione, soprattutto per quegli utenti non abituati alla ricerca di informazioni su Internet, non è semplice e di conseguenza non è scontato trovare ciò che si cerca. Questo accade probabilmente perché il sito è composto da ben 6 giornali: *Wired.it* che fa da contenitore a 5 nuovi giornali; *Daily Wired*, quotidiano online che racconta come cambia il mondo dal punto di vista degli utenti; *Gadgetland*, dove si possono trovare tutti gli ultimi ritrovati itech; *Italian Valley*, con le ultime notizie delle innovazioni italiane; *Wired TV*, che presenta eventi live e video e recensioni; *Wired Mag*, con l'archivio di tutte le storie del magazine. Vengono poi spiegati i widget, le barre di navigazione, la possibilità per un utente registrato di avere una pagina personale dove vengono ricapitolati gli aggiornamenti ad articoli preferiti a cui può abbonarsi l'utente.

Il sito è sicuramente ricco di buone idee, di contenuti, di possibilità per l'utente di conservare gli articoli preferiti, tuttavia trovo che sia un po' confusionario: coloro

che non sono abituati a cercare informazioni su internet rischiano di perdersi nei molti menù e sottomenù, senza riuscire a trovare ad esempio gli articoli presenti nella rivista. Questa mia impressione è confermata dai commenti che gli utenti registrati hanno lasciato sul sito: molti infatti tendono a sottolineare la lentezza nell'apertura delle pagine, il fatto che alcuni elementi non funzionino come dovrebbero, problematiche nella registrazione; dunque, tutti sono d'accordo nel parlare della grande potenzialità del sito, ma anche della sua poca funzionalità e in parte della confusione dei contenuti.

## **2. INTERNAZIONALE: CRITICA ESTETICA**

### **2.1 Come nasce**

Internazionale è un settimanale italiano d'informazione fondato nel 1993 ed esce ogni venerdì; è diretto da Giovanni De Mauro.

Il settimanale pubblica i migliori articoli dai giornali di tutto il mondo. Attualità, cultura, scienza, economia: tutti gli articoli sono tratti dai più autorevoli quotidiani e periodici stranieri, tradotti in italiano e accompagnati da immagini a colori.

Dal 2007 Internazionale organizza un festival di giornalismo con il Comune e la Provincia di Ferrara: Internazionale a Ferrara: durante il Festival, per tre giorni, i visitatori hanno la possibilità di incontrare i grandi nomi del giornalismo internazionale. Attraverso conferenze, dibattiti e incontri gli ospiti stranieri discutono con il pubblico di politica, attualità, futuro dell'informazione, ma anche di fumetti, letteratura e documentari.

Il festival si svolge ogni anno nei primi giorni di ottobre ed è completamente gratuito. Tutti gli incontri sono in lingua originale con traduzione simultanea.

Fra i nomi più famosi che scrivono regolarmente articoli e commenti su Internazionale troviamo Amira Hass, Zuhair al Jezairy, Noam Chomsky, Serge Enderlin, Leo Hickman, Christopher Hitchens, Nick Hornby, Tobias Jones, Paul Kennedy. Fra gli autori italiani invece le firme sulla rivista sono di Tito Boeri, Pier Andrea Canei, Tullio De Mauro, Goffredo Fofi, Loretta Napoleoni, Luca Sofri.

Internazionale pubblica, oltre ad articoli e commenti, anche una sezione dedicata alle storie a fumetti e alle illustrazioni di Gipi, Joe Sacco, Marjane Satrapi, Art Spiegelman, Neil Swaab, Anna Keen, Zograf.

## 2.2 La rivista

Ho preso ad esempio un numero della rivista Internazionale; i nomi delle sezioni e degli articoli dunque si riferiscono a questo specifico numero e non è detto che appartengano anche ad altri.

La **copertina** della rivista Internazionale è molto essenziale: il titolo in alto e nel centro una foto, sulla destra si trovano alcuni titoli di articoli probabilmente ritenuti importanti, mentre in basso vi è un titolo ben evidente, di dimensioni grandi.

Anche il **sommario** è piuttosto essenziale: la pagina è divisa in riquadri, all'interno dei quali come prima cosa viene riportato l'argomento dell'articolo in rosso, come ad esempio attualità, scienze, Europa...; poi il titolo in grassetto, infine il nome della rivista straniera dalla quale è ripreso l'articolo; accanto il numero di pagina dove si trova l'articolo.

Seguono all'indice alcune pagine ognuna con una **foto** di un evento o di un momento particolare in una zona del mondo, con a fianco una breve didascalia che spiega l'immagine.

In seguito, vi è una pagina dedicata ai lettori e alla loro **posta**: i lettori scrivono alla rivista sui più svariati argomenti, critiche, proteste o semplici consigli.

Il primo vero e proprio articolo fa parte della sezione **Rubriche**, dal titolo **Editoriali**: il titolo della sezione è scritto non alto, non particolarmente evidenziato. La pagina è semplice, priva di foto, di immagini, di grafica, ma solo testo.

Inizia poi la sezione **Attualità**: questa volta, il nome è messo in evidenza, in alto e con dimensioni più grandi. Sotto una foto che riguarda l'articolo, seguita dal titolo presente anche nell'indice, anche questo ben evidenziato, in grassetto. Seguono poi il sottotitolo e il testo, diviso in colonne. Anche in questo caso le pagine sono semplici ed è il testo ad occupare praticamente per intero lo spazio. La pagina seguente è ancora dedicata alla sezione *Attualità*, come si può vedere dalla scritta in alto identica a quella nella precedente pagina. In entrambe le pagine, ci sono poi dei trafiletti, indicati da titoli in rosso con approfondimenti sull'argomento trattato.

Seguendo, si cambia sezione, passando a **Europa**, sezione scritta nella stessa grafica di *Attualità*, dunque il lettore può capire subito che si tratta di una nuova

parte della rivista: stesse caratteristiche della sezione precedente, il testo ha un'importanza primaria, le immagini sono di solito piccole, più un accessorio che un aiuto al testo, ma ognuna ha vicino una scritta che indica il personaggio presente nella foto.

Procedendo si cambia nuovamente sezione, **Africa e Medio Oriente**: stesso discorso per le altre sezioni, titolo, testo e immagini. Si può notare come tutte le sezioni siano brevi, al massimo quattro pagine. I testi hanno anche in questa sezione la parte più importante, le immagini sono relegate in secondo piano, non è utilizzata una grafica accattivante, ma è tutto molto semplice e pulito.

Le due pagine seguenti sono dedicate alla sezione **Americhe**: l'impaginazione è la stessa delle sezioni precedenti, il testo incolonnato su più colonne, poche foto con le didascalie per spiegare i luoghi o le persone ritratte. A fianco dell'articolo brevi spazi dedicati ad approfondimenti, con i titoli in rosso.

Dunque, queste prime sezioni sono dedicate alle notizie di tutto il mondo, ogni parte un continente, ogni pagina novità da ogni angolo della Terra; la scelta ha senso visto che gli articoli sono tratti da svariate riviste di tutto il mondo, dunque è ovvio che la rivista inizi con una panoramica dei vari continenti.

Inizia poi una nuova sezione, **Visti dagli altri**: il nome si trova sempre in alto, ben in vista con la stessa grafica degli altri nomi di sezioni, segue il titolo dell'articolo, il sottotitolo e il testo, sempre incolonnato e quasi del tutto padrone delle pagine. *Visti dagli altri*, è una parte della rivista dove giornalisti di riviste estere guardano il nostro paese e lo commentano, sia dal punto di vista politico che da quello degli avvenimenti quotidiani che avvengono in Italia.

Anche questa sezione è breve, contiene solo un paio di articoli e subito si passa alla nuova sezione, che, come il primo articolo, fa parte di *Rubriche* e si intitola **Italiani**: il nome non è però scritto come quello della rubrica *Editoriali*, piccolo e poco in evidenza, ma come quello delle altre sezioni; anche questa è una sezione breve, il testo prende quasi tutto lo spazio, l'articolo è diviso in sotto-articoli, ognuno con un titolo rosso, così da evidenziare bene la separazione.

Inizia poi una nuova parte della rivista, **Le opinioni**, evidenziata da un titolo di un altro colore rispetto alle altre sezioni: ora le opinioni di vari personaggi sui problemi delle varie nazioni si ritrovano in momenti vari della rivista e non sono raccolte tutte insieme, pagina dopo pagina.

Si arriva così al cuore della rivista: il titolo posto in evidenza anche in copertina, viene scritto a grandi caratteri, così da occupare entrambe le pagine. La sezione di

cui fa parte si chiama molto a proposito **In copertina** ed è impaginata in maniera leggermente diversa dagli altri testi: vi è un'immagine di grandi dimensioni che per la prima volta cattura l'attenzione più del testo. Per il resto, la pagina è uguale alle altre nella sua semplicità, nel testo incolonnato, nella mancanza dell'aspetto grafico; anche continuando a sfogliare la sezione, si nota la stessa essenzialità, con in più una maggiore presenza di foto; inoltre è un articolo che occupa diverse pagine della rivista, al contrario degli altri che occupano al massimo un paio di pagine. Il nome della sezione cambia grafica: ora non è più in evidenza e cambia colore.

Dunque sono molti gli elementi che possono far capire al lettore che si trova davanti ad un articolo importante, la dimensione del titolo, la presenza di foto di grandi dimensioni, le molte pagine dedicate all'argomento.

Finita questa parte, inizia la sezione **India**: il titolo non è messo in evidenza esattamente come nella precedente sezione. Anche qui possiamo notare una predisposizione maggiore all'uso delle immagini, anche se è sempre il testo ad avere la meglio. L'argomento trattato occupa inoltre diverse pagine, al contrario delle altre sezioni. Segue con le stesse caratteristiche, **Mozambico**: articolo di più pagine, il nome della sezione non in primo piano, al contrario del titolo del brano che è ben in evidenza. Anche in questo caso, l'articolo è scritto in colonna, occupa la maggior parte delle pagine, le foto non hanno un ruolo fondamentale, ma occupano più spazio che nelle prime sezioni.

Ancora si cambia sezione, passando a **Portfolio**: qui le immagini hanno il primato, il testo è praticamente inesistente, le foto dividono le pagine in riquadri con accanto semplici didascalie.

Altra sezione è **Ritratti**: il nome di questa parte ha le stesse caratteristiche dei precedenti, si torna all'importanza primaria del testo e all'uso delle immagini solo con funzione accessoria. In *Ritratti*, come dice il nome stesso, viene scritta la storia di un importante personaggio del nostro presente.

Si passa poi a **Viaggi**: nonostante la foto di grandi dimensioni, è sempre il testo ad avere la meglio, come sempre diviso in colonne, con eventuali brevi paragrafi separati dal resto, e quindi ben riconoscibili, dal titolo in rosso.

La sezione seguente è diversa dalle altre: il nome è indicativo, **Graphic journalism** e sono due pagine dedicate al fumetto in bianco e nero. Dunque, si cambia linguaggio, il fumetto in qualche modo è più leggero dell'articolo sia dal punto di vista della lettura che da quello del contenuto. A mio avviso, dal punto di



vista del lettore, è riposante trovarsi davanti a qualcosa di semplice, che libera la mente anche se solo per pochi minuti, prima di tornare alla serietà del resto della rivista.

Si cambia poi sezione, **Cultura, Libri**: ovviamente in questo articolo si parla di lettura, di un libro particolare, della sfera del leggere in generale. Sempre sotto *Cultura* si trova anche **Cinema**, dove vengono commentati i film in uscita nei cinema, con uno schema dove vengono segnalati i giudizi dei critici di tutto il mondo su alcuni film presenti nelle sale italiane. Lo stesso viene poi fatto per i libri: considerando che si torna alla sezione *Cultura – Libri*, personalmente avrei preferito che queste e le precedenti pagine fossero conseguenti e non divise da un'ulteriore sezione, anche solo per un semplice fatto di coerenza di argomenti.

Si prosegue comunque con **Cultura, Musica**, dove vengono segnalati concerti e musicisti; inoltre, la pagina è divisa in sezioni a seconda che si tratti di musica classica, jazz, rock, soul... Si passa poi a **Cultura, Video** dove vengono proposti al lettore alcuni video, **Cultura, Arte** dove vengono riportate notizie relative a questo mondo, alle aste, alle gallerie.

La sezione *Cultura* termina qui e inizia la sezione **Pop**, un lungo articolo dove le immagini sono quasi del tutto inesistenti: il testo occupa tutto lo spazio impaginato su due colonne, quasi fosse un quotidiano: forse l'articolo è fin troppo lungo e soprattutto non è spezzato né da immagini né da molte divisioni in paragrafi.

Si torna poi alla classica impaginazione con la nuova sezione **Scienza e tecnologia**: il testo ha sempre una grande importanza, mentre le immagini hanno una funzione secondaria. Il testo è sempre diviso in paragrafi dai titoli rossi; le sezioni tornano ad essere brevi. Si passa quindi a **Il diario della Terra**: già dal nome il lettore può capire l'argomento che l'articolo andrà a trattare: si parla infatti dei movimenti del nostro pianeta e dei suoi abitanti. Ancora altra sezione è **Economia e lavoro**, dove l'argomento per eccellenza è la crisi che il mondo sta attraversando; l'impaginazione, le immagini e il testo sono impostati nello stesso modo che nelle sezioni precedenti.

Si ha poi una pagina dedicata alla beneficenza: i lettori possono informarsi sulle varie associazioni ed eventualmente versare il loro contributo nei modi indicati.

Abbiamo poi la brevissima sezione **Strisce**, cioè fumetti che occupano appunto una striscia ciascuno. Come nella maggior parte delle riviste, anche questa termina con l'**Oroscopo**, seguita infine dalla pagina che per giusta ragione si chiama

**L'ultima**, composta da vignette umoristiche sui problemi dei vari paesi del mondo.

In generale, la rivista è molto semplice e chiara: è divisa in tre sezioni che si riconoscono dal colore dei titoli e dalla relativa fascia dello stesso colore. Come ho ripetuto per ogni sezione, le immagini hanno una funzione più decorativa che di appoggio al testo. Nonostante la mancanza di una grafica ricca che può affascinare il lettore, ma a volte distrarlo dal contenuto dell'articolo, la rivista non risulta spoglia o priva di inventiva. Personalmente ho trovato questo settimanale molto interessante, soprattutto per la scelta di unire pensieri e opinioni di critici di tutto il mondo. Scoprire come gli altri guardano i problemi di "casa nostra" può essere illuminante, leggere cosa i critici pensano di ciò che succede nel mondo può aiutare ad avere un'idea più chiara di quello che ognuno di noi può fare. Ritengo inoltre che proprio per gli argomenti che vengono trattati, sarebbe stato inutile creare una rivista piena di colori, di immagini, di grafica: la rivista Wired infatti tratta delle ultime tecnologie e la sua grafica segue uno stile moderno e ricercato, in conformità a quello che pubblica.

Al contrario Internazionale parla di problemi, di crisi, di quotidianità quindi la scelta di pagine troppo "piene" sarebbe stata a mio parere fuori luogo; è anche da questo che un lettore, semplicemente sfogliando le pagine, può capire il tipo di rivista che ha in mano.

D'altra parte, la semplicità della rivista è visibile fin dalla copertina e giustamente tale semplicità non viene disattesa: noto quindi coerenza nella scelta di uno stile in perfetta sintonia con gli argomenti trattati.

Alcune sezioni della rivista rimangono le stesse in tutti i settimanali, mentre altre cambiano volta a volta a seconda degli argomenti: ad esempio "In copertina" è presente in tutti i numeri con più o meno articoli, così come la sezione dedicata alle opinioni. Io ho descritto le sezioni e gli articoli che sono presenti in un preciso numero della rivista, tuttavia cambiano i titoli e i contenuti, ma l'impaginazione e la struttura generale delle pagine rimane la stessa.

## 2.3 Il sito Internazionale.it

Sito [www.internazionale.it](http://www.internazionale.it)

Partiamo dalla **home page**: la parte superiore della pagina riprende precisamente la copertina sia nei colori che nello stile. Sotto il titolo viene indicato l'ultimo aggiornamento delle pagine; in più vi è la funzione di ricerca all'interno del sito e il menù tramite il quale navigare per le pagine. Trovandoci nella home page il colore della casella corrispondente è leggermente più scuro: forse non è molto visibile a un occhio poco attento.

Sotto vi è una galleria di foto molto semplice: si può scegliere di procedere cliccando il numero relativo a ciascuna foto oppure cliccare su *Play* e le foto scorrono da sole. A lato della galleria vi sono due link che rimandano alla sezione *In copertina* e *Oroscopo*.

La parte inferiore della pagina è divisa in tre colonne: due dedicate agli articoli divisi nelle varie sezioni, mentre la terza è dedicata ad altri contenuti come alla ricerca tramite link dei giornali di tutto il mondo.

Le altre due colonne invece contengono gli articoli con i nomi delle sezioni di appartenenza scritte in rosso e i titoli in evidenza in neretto; vi è inoltre indicato il numero di commenti che sono stati fatti per ogni articolo. La pagina è abbastanza chiara: ogni pezzo infatti è diviso da una linea, quindi ognuno si trova in un proprio riquadro. Le home page sono diverse: infatti arrivati a fine pagina si può proseguire e andare alle successive, relativa ad articoli non solo della rivista della settimana presente, ma anche di quelle passate. Cliccando sul titolo rosso inoltre si apre una pagina con tutti gli articoli relativi a quella sezione; per ogni articolo ben diviso dagli altri vi è la data di inserimento, il numero di commenti e la voce *Continua*: da qui si entra nella pagina propria di ogni articolo, da dove è anche possibile inserire il proprio commento. Non è però detto che l'articolo sia in italiano, considerando che vengono ripresi da riviste straniere.

La seconda voce del menù è **Sommario**: la parte alta della pagina rimane invariata, sulla sinistra invece troviamo l'immagine della copertina; cliccandoci sopra si apre una nuova pagina, dove il lettore può trovare le indicazioni per abbonarsi alla rivista con tabelle che indicano i costi e le eventuali promozioni; è anche possibile regalare la rivista e anche per questo caso vi è una tabella con le

indicazioni dei costi. Sotto invece sono descritti altri modi per abbonarsi alla rivista, ad esempio per telefono, via fax e le indicazioni per chi si trova all'estero.

Tornando alla pagina *Sommario*, accanto all'immagine di copertina, vi sono elencati gli articoli della settimana: i nomi delle sezioni sono scritti in rosso e in stampatello, quindi saltano subito all'occhio del lettore; sotto i titoli degli articoli e un breve riassunto degli stessi. Dunque, vengono scritti nello stesso modo che nella home page. Non sono però link, ma è solo l'elenco degli articoli che si trovano anche nella rivista cartacea; è possibile cercare anche i precedenti numeri, ognuno dei quali ha la foto della copertina e il relativo indice con l'elenco degli articoli.

La sezione seguente del menù è **Italiani**: in questa parte vengono elencati tutti gli articoli che fanno parte di questa sezione; in alto troviamo sempre il segno di riconoscimento della rivista, con il titolo e il menù; l'impaginazione è uguale alle altre, quindi riquadri dove vengono elencati gli articoli con il nome della sezione in rosso e il titolo in neretto; sotto una breve didascalia del brano e il titolo dell'articolo nella lingua originale. Anche in questo caso, le pagine della sezione sono diverse, quindi si procede di *Pagina successiva* in *Pagina successiva*: essendoci comunque la data segnalata per ogni articolo, è possibile capire a quale numero della rivista appartiene l'articolo in questione.

La sezione del menù principale seguente è **Recensioni**, questa sezione raccoglie le recensioni appunto dei film al cinema, libri, dvd, documentari... Come nelle altre sezioni abbiamo la serie di articoli elencati, divisi in più pagine che si susseguono in ordine cronologico, come si può vedere dalle date inserite per ogni articolo. Le categorie alle quali appartengono i brani sono scritte in stampatello rosso, il titolo in grassetto nero. Dunque le pagine contenenti gli articoli sono impostate sempre allo stesso modo.

La voce seguente del menù è **Festival**: questa pagina è creata in maniera un po' diversa dalle altre. La parte superiore della pagina è naturalmente uguale alle altre, con il titolo della rivista e il menù. Vi è però un ulteriore menù, la cui prima voce è appunto *Festival*, dedicata al Festival di Internazionale a Ferrara; il primo elemento della pagina è un video, seguito dall'elenco dei video degli incontri di Ferrara 2010. La sezione *Programma* è invece dedicata del programma del Festival. Viene ricordato all'utente che si è all'interno della voce del menù principale "Festival" dal titolo nella pagina, che presenta appunto i due titoli affiancati.

Il testo è impaginato su tre colonne, ora e luogo dei vari eventi sono scritti in rosso e immediatamente visibili, il titolo è in grassetto, seguono alcune precisazioni. A fianco delle tre colonne, ben leggibili nonostante la loro lunghezza, il sito dà la possibilità di leggere il programma anche in inglese e di scaricare il libretto.

Si passa poi alla sezione *Festiva-Protagonisti*: in questa pagina sono elencati i protagonisti del Festival, con una loro foto e una breve biografia in italiano e in inglese; vi è inoltre un link che rimanda alla pagina di Google con i vari risultati relativi al nome del protagonista. *Festival-Documentari* è la sezione che riguarda video documentari su svariati argomenti: sia la foto relativa ad ogni articolo che il titolo sono link che rimandano alla stessa pagina, dove viene presentato il video e un breve testo di presentazione; viene inoltre sottolineato in che lingua è il video e se ci sono eventuali sottotitoli. Accanto alla colonna nella quale sono elencati i titoli dei vari documentari, si trova un'ulteriore colonna con indicati i giorni e l'ora per ogni documentario; le stesse indicazioni di trovano anche in ogni pagina dedicata al video singolo.

Altra sezione è *Sala Stampa*, parte riservata ai giornalisti, ai fotografi e agli operatori che vogliono richiedere l'accredito stampa per il Festival, con tutte le informazioni necessarie. *Premio* è la parte riguardante il premio giornalistico Anna Politkovskaja, istituito da Internazionale e il Comune di Ferrara; vengono inoltre elencati i passati vincitori del premio.

Il menù di "Festival" prosegue con *WorkShop*, pagina dedicata a un insieme di corsi su argomenti vari che l'utente può seguire; per ogni corso è indicato il nome della persona che lo tiene, quando, dove, l'obiettivo del corso e il calendario. *Festival – Foto* è una sezione dedicata unicamente alle foto; la pagina è occupata dalle immagini di grandi dimensioni che scorrono una alla volta, mentre, al passaggio del mouse, si apre un settore con le miniature delle foto, ognuna delle quali ingrandibili. L'ultima parte di "Festival" è infine *Dove e Come*: in questa pagina l'utente può trovare la mappa per raggiungere Ferrara, con tutte le indicazioni per dormire, mangiare, i mezzi di trasporto e tutto ciò che può essere utile a chi si reca al Festival.

Sicuramente la sezione riguardante questo evento è molto completa, ricca di dettagli, sia immagini che testo. È facilmente navigabile anche per coloro che non sono molto esperti in fatto di Web: le voci del menù di "Festival" sono chiare e anche senza aprire le pagine è possibile capire quale sarà il loro contenuto. Come

avviene anche per la rivista, è dato largo spazio al testo, mentre la grafica e le immagini sono lasciate in secondo piano.

Tornando al menù principale, si passa alla voce **Shop**: questa pagina è costruita in maniera diversa dalle altre, infatti non ha la fascia superiore con il titolo della rivista e il menù principale, cosa che non trovo molto sensata: tutte le pagine hanno infatti alcuni elementi obbligati, che si ritrovano uguali in ogni sezione. Questa pagina invece sembra quasi stonare con il resto del sito; non avendo inoltre il menù principale, non è possibile uscire dalla pagina, se non usando il tasto di Explorer per tornare indietro, cosa che ha poco senso oppure cliccare in alto sulla scritta in piccolo “Internazionale” che rimanda alla home page principale, scritta che però non è messa bene in evidenza e soprattutto non è chiara la sua funzione di link. La home page di “Shop” presenta alcuni esempi di prodotti che l’utente può comprare divisi in categoria, con la foto e il prezzo; lateralmente, vi sono le informazioni riguardanti la spedizione.

“Shop” ha un proprio menù, ognuno dedicato a un particolare tipo di prodotto, *Libri, Dvd, Tshirt, Cibo&Vino, Giocattoli e Biodetersivi e Creme*. Tutte queste pagine sono costruite nello stesso modo di “Shop”, quindi non hanno il menù principale ma l’utente può solo navigare all’interno della sezione.

Infine, si passa all’ultima sezione del sito, **Abbonati**, pagina dalla quale si arriva anche da “Sommaro” e che quindi ho precedentemente descritto. Il contenuto della pagina è chiaro già dal nome, infatti l’utente trova tutte le informazioni riguardanti gli abbonamenti.

Dunque, il sito è costruito in modo semplice ed è di conseguenza facilmente navigabile: le pagine del menù vengono proposte sempre nello stesso modo, tranne quelle riguardanti la sezione “Shop”, in questo modo è più difficile che l’utente si perda o non capisca quello che deve fare.

La grafica del sito riprende quella della rivista: è dato infatti grande spazio al testo, la grafica non è all’avanguardia, ma è piuttosto sobria, le immagini sono tutte concentrate in un’unica pagina.

Per quanto riguarda un sito, trovo che sia la scelta migliore: è già abbastanza difficile leggere su uno schermo, la lettura risulta più faticosa, dunque è importante che non sia anche distratta da troppi colori, troppi elementi.

Non tutti gli articoli presenti nella rivista sono riportati anche nel sito: infatti il sommario non è un elenco di link che riportano ai rispettivi articoli, ma solo un

elenco di titoli. Cercando nel sito, non è molto semplice capire quali articoli della rivista sono presenti e quali no: ogni sezione, scritta in rosso nella home page, è un link che rimanda a una o più pagine contenenti tutti gli articoli appartenenti a quella sezione; ognuno inoltre ha indicata la data di pubblicazione ed è da questo elemento che è possibile capire se il brano in questione appartiene o meno al quel numero.

Ma ogni rivista ha le sue sezioni: alcune si ripetono, mentre altre sono specifiche, dunque l'insieme delle sezioni è piuttosto grande per poter creare nel sito una pagina con l'elenco di tutti i nomi delle sezioni; non resta altro da fare che scorrere le pagine della home page in cerca di quello che ci interessa.

Indubbiamente, la creazione di un sito di una rivista settimanale non è cosa semplice: deve essere continuamente aggiornato, sia con i contenuti della rivista che si vogliono inserire anche nel sito, sia con i contenuti esterni. Ne consegue che le pagine da sfogliare sono sempre più numerose, l'elenco degli articoli più lungo e quindi l'utente può avere più difficoltà a trovare quel che cerca. Forse la soluzione potrebbe essere l'inserimento di un archivio nel quale dividere i contenuti per data, invece di elencarli in molte pagine, senza un apparente ordine.

# LA MIA RIVISTA

## 1. LA RIVISTA DEL CARNEVALE DI VIAREGGIO

Ho svolto il tirocinio presso la Fondazione Carnevale di Viareggio, lavorando per l'ufficio stampa ed aiutando nell'organizzazione del Carnevale.

Nel sito della Fondazione, è possibile trovare gli eventi, le date, le foto dei bozzetti dei carri e delle mascherate del Carnevale successivo, quindi attualmente quello del 2011. Una sezione è dedicata all'archivio, dove si trovano le immagini dei vari carri ordinati dal primo all'ultimo classificato, a partire dal 2005. Dunque, l'unica cosa che rimane degli anni precedenti sono le foto, relative unicamente alle costruzioni in cartapesta.

La parte cartacea è rappresentata da una rivista, dove si possono trovare tutte le informazioni circa gli eventi legati al Carnevale e le foto di ogni carro e mascherata con spiegati i rispettivi significati allegorici.

Ho pensato che poteva essere interessante rendere la rivista fruibile anche da coloro che non la conoscono o che non la possono comprare, inserendola poi nell'archivio del sito, arricchendo anche lo stesso.

Un capitolo della tesi è dedicato ai periodici elettronici, *e-journal*; ricordo che si possono suddividere in periodici ad accesso gratuito e a pagamento. Nel mio caso si tratta di una rivista ad accesso gratuito, poiché creata come appendice del sito della Fondazione Carnevale e non come mezzo di guadagno o sistema per aumentare le vendite del cartaceo.

Altra distinzione che va fatta per gli *e-journal* ad accesso gratuito, riguarda la possibilità di navigare la rivista nella sua completezza oppure se l'accesso è di tipo selettivo, dove quindi vengono offerti solo alcuni articoli scelti dall'editore.

Infine, ogni rivista elettronica può essere ulteriormente divisa a seconda dei suoi contenuti: possono infatti essere una copia più o meno fedele dell'originale a stampa o essere innovativi con contenuti multimediali e collegamenti esterni.

La rivista elettronica da me creata si trova in mezzo a queste due tipologie: nei contenuti infatti riprende la rivista cartacea, con i testi ovviamente rivisti per adattarli alla lettura su schermo; tuttavia, sono presenti anche contenuti multimediali come video o la possibilità di ascoltare canzoni, gallerie fotografiche,



link a pagine interne al sito ed esterne con approfondimenti agli argomenti trattati o con suggerimenti a visitare pagine che hanno una qualche attinenza con l'evento del Carnevale o con la città di Viareggio; inoltre, ci si trova davanti ad articoli ipertestuali, quindi con ulteriori rimandi ad altre pagine del sito.

Per la creazione del sito ho seguito le linee guida di Jakob Nielsen, già descritte nel capitolo dedicato alla Web Usability.

Dunque: la prima pagina è la copertina, da cui si entra effettivamente nella pagina dedicata all'indice. Prima regola di Nielsen: *non creare pagine troppo compatte, ma lasciare spazi vuoti, ricordando che la semplicità vince sulla complessità.*

È dunque quello che ho cercato di fare: il sito è piuttosto semplice e ritengo di facile navigazione. Partendo dalla home page, che ha la funzione di indice, la pagina contiene solo i titoli dei vari articoli, ognuno richiama il contenuto del testo, cosa che permette all'utente di sapere in anticipo se è interessato a quell'argomento o meno. In ogni pagina poi è presente il rimando all'indice così da poter tornare indietro in ogni momento.

Nella parte alta della pagina, e di tutte le altre pagine del sito, ho inserito il logo, il Burlamacco, e un banner, così che anche le sezioni interne della rivista siano contestualizzabili: *è bene inserire un logo in ogni pagina, così che l'utente possa contestualizzarla anche se accede ad una interna.*

Ogni articolo è un link che porta alla rispettiva pagina, dove è possibile leggere il brano ripreso dalla rivista e adattato alla lettura su schermo. Le pagine con gli articoli sono strutturate nello stesso modo: in alto vi è il logo e il banner, che come detto prima aiutano l'utente a capire dove si trovano; ogni pagina ha ovviamente il suo titolo, presente anche nell'indice. Era poi necessario riportare in ogni pagina l'elenco completo degli articoli come menù principale, per poter sfogliare la rivista senza dover tornare ogni volta alla pagina dell'indice. Riportare però i titoli per intero in ogni pagina risultava "ingombrante", tuttavia era necessario inserirli in ogni pagina, per non obbligare l'utente a tornare all'indice ogni volta che decide di leggere un altro articolo. Dunque, il menù principale si trova nella parte sinistra della pagina: i numeri romani indicano gli articoli; passando con il mouse sopra ogni numero, si apre un'etichetta con il link all'articolo corrispondente e con il titolo completo. Quando si è in una pagina relativa ad uno degli articoli, il numero del menù principale corrispondente non è in corsivo come gli altri e, passandoci il mouse, non si apre nessuna etichetta, dato che il titolo è riportato tra il logo e il banner in alto. Il menù secondario si trova invece nella parte superiore del

riquadro che contiene il testo: è formato da una serie di link, il primo dei quali rimanda all'indice, seguono il link alla galleria di foto, ai video e alle canzoni del Carnevale 2010, un link che porta alla pagina del programma del Carnevale con elencati tutti gli eventi e infine un link ad una pagina di approfondimenti ed uno che porta alla mappa del sito. Ogni link, compresi quelli presenti nel testo, ha un *titolo*, che appare al passaggio del mouse, per chiarificare meglio all'utente a quale pagina portano: *è possibile far comparire una breve spiegazione del link, detta titolo, prima che l'utente lo selezioni; in questo modo si anticipa dove porterà il link.*

Il testo è diviso in paragrafi, di modo che sia più facilmente leggibile: da studi effettuati, è infatti emerso che è più difficoltoso leggere un brano su uno schermo ed è per questo motivo che spesso gli articoli non vengono letti per intero, ma gli viene data solo un'occhiata per capire se sono interessanti.

Dunque, è importante *dividere il testo in paragrafi, evitare di spezzare un articolo in due o più pagine, evitare periodi troppo lunghi, arricchire il testo con link di approfondimento.*

Oltre al testo, il centro della pagina è occupato anche da immagini, che fanno da decorazione agli articoli e che riguardano gli argomenti trattati; le foto non sono però di grandi dimensioni, innanzitutto per non distogliere l'attenzione dal testo, ma anche perché sarebbero risultate ingombranti. È comunque possibile ingrandirle: cliccando sopra ognuna, la pagina viene oscurata in modo da dare visibilità solo all'immagine, mentre questa si apre con dimensioni maggiori e una breve didascalia di spiegazione.

A lato di ogni pagina vi sono dei riquadri con ulteriori link di approfondimento, che rimandano sia a pagine interne al sito che a pagine esterne: ad esempio, vi sono informazioni per i turisti o informazioni che si allontanano dall'evento del Carnevale, ma riguardano da vicino la città di Viareggio.

Il primo riquadro di approfondimento porta al sito della Fondazione Carnevale, dove l'utente può trovare tutte le informazioni relative all'evento, i prezzi e i giorni in cui avranno luogo le varie manifestazioni.

Il secondo riquadro porta ad uno degli approfondimenti interni al sito e cambia in ogni pagina, così da presentare tutti gli approfondimenti.

Il terzo riquadro è utile a coloro che decidono di venire in vacanza a Viareggio: il sito linkato è [www.viareggio.it](http://www.viareggio.it), dove si possono trovare informazioni circa gli alberghi, i camping, i ristoranti, le discoteche del luogo.

Il riquadro successivo riguarda la nautica, per cui Viareggio è rinomata: [www.nauticaversilia.com](http://www.nauticaversilia.com) è appunto il portale della nautica in Versilia, con le informazioni che riguardano questo settore.

Infine, l'ultimo riquadro è dedicato all'evento calcistico Coppa Carnevale: [www.torneoviareggio.it](http://www.torneoviareggio.it) è il sito che presenta questo torneo, con le relative informazioni.

Per richiamare il Carnevale anche nella grafica, in tutte le pagine vi è una decorazione che ricorda il costume di Burlamacco, maschera ufficiale di Viareggio, bianco e rosso.

Le pagine contenenti gli articoli sono impostate quasi tutte nello stesso modo: ovviamente i due menù e i riquadri di approfondimento hanno sempre la stessa posizione; i testi, più o meno lunghi sono suddivisi in modo da facilitare il più possibile la lettura. Le pagine che si differenziano nell'impostazione sono le ultime quattro: articolo XIII, XIV, XV e XVI.

Questo per la diversità dei contenuti, rispetto al resto della rivista: gli articoli XIII e XIV trattano brevemente della storia del Carnevale, con alcuni episodi e aneddoti avvenuti nel lontano passato. Dunque, non si tratta di un vero e proprio articolo, ma ha più la parvenza di un diario, dove vengono annotati vecchi ricordi; dunque, le foto scelte sono rigorosamente in bianco e nero, per mantenere quest'aura di passato; il testo è piuttosto lungo e quindi diviso in paragrafi titolati, ben spaziati.

La rivista dedica più pagine alle *memorie del Carnevale*, dunque mi sono vista costretta a suddividere questa parte a mia volta in due pagine: queste sono comunque divise in paragrafi, ciascuno con un titolo in grassetto ed ogni paragrafo viene concluso nella stessa pagina, in modo da non dover spezzare il testo.

L'articolo XV contiene invece un elenco con i nomi dei carri di prima e seconda categoria, delle mascherate di gruppo e delle maschere isolate, divisi in quattro colonne e numerati. Ognuno è un link che rimanda ad una ulteriore pagina dove viene descritto il carro o la mascherata e ne viene spiegato il significato allegorico, il tutto corredato da foto. I testi sono sempre divisi in paragrafi e divisi in due colonne con al centro i riquadri delle immagini. Anche in queste pagine vengono riportati i due menù, insieme a due ulteriori link che rimandano uno all'elenco dei carri e delle mascherate, praticamente alla home page di questa sezione, l'altro invita l'utente a passare alla pagina seguente o a tornare a quella precedente.

L'articolo XVI infine riprende la pagina finale della rivista dove sono riportati tutti i collaboratori del Carnevale, il Presidente e le varie Commissioni.

Passiamo alla galleria delle immagini, il cui link si trova nel menù secondario presente in ogni pagina: ho creato dieci gallerie di foto, divise in altrettante pagine, ognuna relativa ad un evento del Carnevale. La galleria così si presenta: un riquadro contenente le foto in anteprima; cliccando sopra ogni miniatura l'immagine si apre ingrandita, mentre l'anteprima corrispondente viene incorniciata a ricordare quale fotografia stiamo guardando. È possibile inoltre avviare l'opzione *Start slideshow*, che presenta le foto in successione automaticamente; l'opzione può essere stoppata in ogni momento.

Ogni pagina ha un sottotitolo che indica l'evento a cui la pagina è dedicata: abbiamo così le foto dei carri di prima categoria, di seconda categoria, le mascherate di gruppo, le maschere isolate, le immagini relative alla visita durante il Carnevale di Leonardo Pieraccioni e Zuccherò, le foto dei fuochi d'artificio d'apertura, della serata dedicata alla poesia, della presentazione dei bozzetti dei carri e delle mascherate, dello spettacolo di teatro dialettale e dei fuochi serali a chiusura del Carnevale.

La sezione seguente del menù in alto è "Musica&Video": quando si compra una rivista nelle edicole, spesso questa può essere accompagnata da un cd o un dvd che accompagnano e completano le informazioni contenute nel magazine, ad un prezzo maggiore; il lettore poi può decidere se comprare solo la rivista o tutta l'offerta. Anche questa può essere definita multimedialità, ovvero la compresenza e interazione di più mezzi di comunicazione in uno stesso supporto.

Per quanto riguarda il Web è invece importante sfruttarne le potenzialità, la multimedialità su un unico supporto; quindi ho creato una sezione dove l'utente può ascoltare le canzoni del Carnevale 2010 in gara per diventare la canzone ufficiale e ovviamente la vincitrice del concorso. Nella stessa pagina ho inserito una serie di video: ora quelli che sono riuscita a trovare relativi alla manifestazione 2010 riguardano tutti immagini dei fuochi d'artificio di chiusura del Carnevale. Ho comunque voluto inserire alcuni esempi, da modificare nel caso la rivista venga inserita nel sito della Fondazione Carnevale, con altri video più pertinenti.

La pagina successiva è dedicata all'intero programma del Carnevale 2010 con tutti gli eventi: le stesse informazioni si trovano anche sulla rivista. Per le informazioni che contiene non è molto semplice creare una pagina perfettamente leggibile, a meno di non dividere i contenuti in più pagine, rischiando di far navigare l'utente

avanti e indietro per trovare le informazioni che cerca. Ho preferito quindi dividere la pagina in quattro colonne, utilizzando il colore rosso per il titolo e il neretto per distinguere le varie parti, di modo che, nonostante il testo abbastanza lungo e le piccole dimensioni, la lettura non sia eccessivamente difficoltosa.

Si trovano così gli eventi legati alla manifestazione d'apertura del Carnevale; i giorni e gli orari in cui si svolgeranno i corsi mascherati con le sfilate dei carri; i rioni serali, i veglioni e tutte gli altri eventi che si intrecciano nel corso del mese.

Ho scelto di non inserire immagini o nuovi elementi di grafica, oltre quelli presenti in tutte le pagine, per non appesantire uno spazio già abbastanza ricco e per non rendere ancora più problematica una lettura già piuttosto faticosa.

Ho considerato inoltre che le immagini non avrebbero aggiunto nessun valore alla pagina, non essendo d'aiuto all'utente nel capire il testo e, come appena detto, anche la sola funzione decorativa avrebbe avuto un effetto negativo sulla lettura.

Si prosegue poi con la pagina dove si trovano le schede di approfondimento. Il Carnevale di Viareggio è solo una delle tante manifestazioni di questo evento che si ritrova in molte parti del mondo, che ha una lunga storia e al quale sono legate molte figure; da qui la scelta di creare delle pagine che approfondiscano il tema. Vi sono dunque sei immagini, ciascuna relativa ad un argomento, che viene trattato nella pagina relativa; accanto alle foto vi è un titolo che spiega quale tema verrà affrontato.

La prima scheda riassume la storia della città di Viareggio: la pagina è uguale alle altre per l'impostazione degli elementi; il testo è distribuito su tre colonne; l'immagine si può ingrandire come nelle pagine con gli articoli; lungo il testo, vi sono alcuni link per ulteriori approfondimenti, che rimandano però a pagine esterne al sito.

La seconda scheda tratta della storia del Carnevale, a partire dalle sue origini, come è nato e il suo primo significato; un paragrafo è poi dedicato alla specifica storia del Carnevale di Viareggio. L'impostazione del testo e delle immagini è uguale alla scheda precedente.

La terza scheda è divisa in tre gruppi che trattano della scelta della canzone ufficiale annuale del Carnevale a partire dal 1921; è possibile ascoltare la canzone vincitrice del 2010 alla pagina "Musica&Video".

La quarta scheda parla di un personaggio molto famoso e importante per Viareggio: Egisto Malfatti, autore di numerose canzoni su Viareggio, poeta e famoso come attore teatrale nell'ambito della Canzonetta viareggina. Nella sua vita

non riuscì a conquistare la fama che probabilmente si meritava, rimanendo però nel cuore dei suoi concittadini.

La quinta scheda è divisa in più pagine e si occupa delle più famose maschere italiane: il nome è segnato in rosso, sotto un'immagine della maschera, seguita da un breve trafiletto che racconta delle sue origini e del suo carattere. Ovviamente la prima maschera è quella ufficiale di Viareggio, Burlamacco.

Infine, la sesta scheda si occupa dei Carnevali più famosi, sia all'estero che in Italia: la pagina è quindi divisa in due colonne, con elencati i siti dove trovare le informazioni sugli altri eventi. Sotto vi è una serie di immagini, ognuna relativa ad un Carnevale; le fotografie sono in anteprima, ma si possono ingrandire cliccandoci sopra.

Ovviamente vi erano anche altri argomenti da approfondire, più o meno vicini al Carnevale o alla città di Viareggio, ma questi mi sono sembrati i più importanti e i più vicini all'argomento trattato nella rivista; altre storie e altri personaggi comunque sono messi in evidenza grazie al sistema dell'ipertesto, di cui parlerò in seguito.

La mappa del sito consiste in una serie di link che portano alla navigazione di tutto il sito, anche tramite tastiera. La mappa è divisa in sezioni, le stesse che compongono l'intero sito.

Quando l'utente è in una delle pagine sopra descritte, il nome nel menù secondario non appare più sottolineato, per segnalare che non è un link e per ricordare all'utente in quale pagina si trova.

Il testo degli articoli e delle schede di approfondimento formano un ipertesto, uno degli elementi che contraddistinguono le pagine su Internet. L'ipertesto è infatti una serie di documenti messi in relazione tra loro tramite parole chiave. La caratteristica principale di un ipertesto è che la lettura può non essere lineare: quindi, non come un libro, dove le pagine vengono sfogliate dalla prima all'ultima in questo ordine, per poter avere un significato nella lettura. In una pagina Web, invece, qualsiasi documento può essere il successivo, a seconda della parola chiave che il lettore sceglie. Dunque, ci troviamo davanti ad infiniti percorsi di lettura. In un ipertesto informatico, le parole chiave vengono evidenziate, ad esempio tramite sottolineatura, così da renderle riconoscibili.

Le pagine della rivista del Carnevale hanno dunque una serie di parole chiave che portano a pagine interne del sito o a pagine esterne, oppure si aprono su riquadri di approfondimento nella stessa pagina.

Già la presenza dei due menù, sia quello che porta ai vari articoli che il menù secondario è una forma di ipertesto: infatti, l'utente può scegliere di passare da un articolo all'altro indipendentemente dalla pagina in cui si trova e dal numero dell'articolo; oppure può decidere di non leggere nessun articolo e passare invece ad una scheda di approfondimento, vedere solo i video, ascoltare una canzone...

Anche dalla pagina dell'indice è possibile seguire percorsi diversi, a seconda dell'articolo che viene scelto, quindi anche in questo caso si ha a che fare con un sistema di ipertesto.

Nelle pagine del magazine online vi sono più tipi di link, di un colore diverso dal resto del testo e sottolineati per renderli ben riconoscibili: credo che la sottolineatura sia il modo più efficace per evidenziare un link, dato che viene usato in tutti i siti Web ed è diventata ormai una convenzione: viene naturale infatti quando si trova una parola sottolineata passarci sopra il mouse, mentre se si vuole mettere in evidenza il significato di una parola è meglio utilizzare il grassetto.

Passiamo ad alcuni esempi. Spesso nei testi si trovano le parole chiave "Carnevale", "Viareggio", "Fondazione Carnevale": queste pagine portano agli approfondimenti interni al sito. Lungo il testo vi sono richiami a personaggi che fanno parte o meno del contesto del Carnevale o della città di Viareggio: in questo caso il link rimanda a pagine esterne al sito, dove viene raccontata la vita del personaggio in questione. Infine, ho creato un ulteriore tipo di link, che però non rimanda ad un'altra pagina, ma al clic del mouse si apre nella stessa pagina un riquadro con un breve testo di spiegazione, come nel caso di "Telethon".

Dunque, il sito riporta piuttosto fedelmente la versione cartacea della rivista del Carnevale, cercando però contemporaneamente di sfruttare le risorse del Web per arricchire i contenuti. Innanzitutto ho lavorato sul testo che non può essere uguale a quello cartaceo, ma deve essere strutturato in maniera differente: sono da eliminare testi troppo lunghi, che sicuramente l'utente non leggerebbe. Anche i testi brevi devono essere ben leggibili, divisi in paragrafi, dove è possibile vanno utilizzati titoli che facciano intuire al lettore l'argomento dell'articolo; se interessato l'utente potrà leggere tutto l'articolo, altrimenti passerà oltre. I testi

devono inoltre essere inoltre ben leggibili, quindi di colore chiaro su sfondo nero e di dimensioni non troppo piccole.

L'insieme di link che formano l'ipertesto danno la possibilità di scegliere infiniti percorsi di lettura e di spaziare nel Web, a seconda dei propri gusti e dei proprio interessi; è importante anche la creazione di una rete di link interna al sito, in modo che sia possibile uscire da ogni pagina, anche senza tornare indietro.

Riguardo alle immagini, ci sono diversi modi per presentarle sul Web, l'importante è che siano ben visibili, senza però distrarre l'attenzione dal testo: la cosa migliore è utilizzare una galleria di immagini se si hanno diverse foto da presentare, in modo da avere pagine sempre ordinate.

La grafica della rivista è piuttosto semplice: ho cercato di richiamare i colori e l'atmosfera del Carnevale, anche attraverso la grechina posta all'inizio e alla fine della pagina, che riprende il costume di Burlamacco, maschera ufficiale di Viareggio.

In generale, il mio è un tentativo di arricchire il sito della Fondazione Carnevale e di dare un esempio di come potrebbe essere realizzata una rivista come quella del Carnevale, cosa a mio avviso è necessario per renderne fruibili i contenuti testuali e le immagini, sperando che il risultato finale, con le eventuali opportune modifiche, possa essere inserito nel sito della Fondazione Carnevale, dando il via ad una duratura collaborazione.



## CONCLUSIONI

Ci sarebbe ancora molto da dire, molti argomenti da iniziare e altri da approfondire... La storia della stampa è molto complessa e ha inizio con il desiderio dell'Uomo di tenere memoria di ciò che sapeva, che imparava, con la volontà di non dimenticare e di imprimere prima su roccia poi su carta pensieri, intuizioni e scoperte.

Dunque una storia antica, con un percorso che sarebbe troppo lungo da riassumere in poche pagine e che porterebbe ad aprire altre parentesi, ad imboccare altre strade e nuovi orizzonti. Per questo ho iniziato la mia storia dalla scoperta della stampa, la seconda grande rivoluzione dopo l'invenzione della scrittura.

Nonostante la tesi riguardasse specificatamente la storia della rivista, mi è sembrato indispensabile partire dai confini e restringere il campo fino all'argomento da me scelto, iniziando così da Gutenberg e dalla diffusione della stampa prima in Europa e, seguendo le scoperte geografiche, anche nel resto del mondo.

Un ristretto numero di persone hanno dato il via a uno dei più grandi cambiamenti nella storia dell'Uomo, in un periodo in cui c'era voglia di novità e uomini pieni di entusiasmo e curiosità scoprivano, inventavano e ricercavano. Tutto questo nonostante le difficoltà di un'epoca in cui le comunicazioni e gli spostamenti non erano certo semplici.

In seguito alla pubblicazione dei libri, ha inizio quella dei quotidiani e dei periodici, che si sono sviluppati seguendo le tecnologie e le esigenze dei secoli che hanno attraversato. Fino ad arrivare alla nostra epoca, alla nascita del Web e di Internet con tutti le facilitazioni e le problematiche che questo ha comportato.

Ed anche il significato e il ruolo del libro sono cambiati attraverso i secoli, basti pensare all'ebook e alla sua storia, così diversa dal tradizionale libro cartaceo. Lo stesso vale per il periodico, che, una volta approdato su Internet si trova davanti a molte difficoltà: quali contenuti presentare rispetto al cartaceo, le forme di pagamento, la conservazione del materiale, i diritti d'autore.

Anche a proposito dei diritti d'autore si potrebbe dire molto, la loro storia è lunga e complessa ed io ho provato a darne un assaggio partendo dal principio: l'idea di ricevere un compenso per la propria opera e per la vendita delle copie nasce proprio con l'invenzione della stampa, perfezionandosi fino ad arrivare ai giorni

nostri e a fare i conti con le nuove tecnologie. Oggi non è semplice assicurare i diritti d'autore su Internet e negli ultimi anni sono nati nuovi modi per distribuire le opere su Internet.

Ma come si crea un periodico online?

Ho dedicato il capitolo 6 alla descrizione delle regole da seguire per creare una rivista, che al di là dell'estetica, sia usufruibile da tutti gli utenti del Web, anche da coloro che non sono abituati a cercare informazioni e a leggere su Internet.

Ho preso in considerazione poi due riviste, una statunitense e una italiana: la prima, Wired, è un esempio di come la tecnologia è stata utilizzata fin dal principio per creare qualcosa di originale; da questo punto di vista la storia di Wired è molto interessante.

Per quanto riguarda la rivista italiana, Internazionale, ho scelto di descrivere il magazine e il relativo sito dal punto di vista della grafica, dell'impaginazione e della fruibilità da parte del lettore.

Infine si arriva al mio e-journal, al sito creato basandosi sulla rivista della Fondazione Carnevale di Viareggio.

Quando si vuole approfondire un argomento, è a mio avviso importante partire da lontano; per capire come si è arrivati ad oggi, bisogna sapere come era ieri. Dunque, nonostante l'argomento da me scelto sia indubbiamente molto vasto, ho cercato di coglierne gli elementi essenziali per costruire un particolare percorso, iniziato secoli fa, giunto fino a noi e non ancora concluso. Le tecnologie infatti continueranno a svilupparsi, a perfezionarsi, l'utente/lettore potrà interagire sempre di più con il mezzo di supporto del testo, che sarà sempre più completato e arricchito da immagini, video ed altri elementi.

Molti sono portati a pensare che il futuro porterà alla scomparsa dei libri così come noi li conosciamo, il tradizionale supporto che noi possiamo toccare, sfogliare, che possiamo sottolineare, su cui possiamo scrivere delle annotazioni.

È difficile allontanarsi da un oggetto così familiare per qualcosa che non si conosce e che forse non si saprà neanche utilizzare in tutti i suoi aspetti. È certo che il nostro modo di approcciarsi alla lettura di un libro, di un quotidiano o di una rivista cambierà con il tempo così come sta succedendo ora con la rivoluzione di Internet.

Isaac Asimov in un suo racconto, "*Chissà come si divertivano!*", parla proprio di questo: la storia ambientata nel 2157, ha come protagonista una bambina, Margie, il cui fratello ha trovato un antichissimo "libro vero". Il nonno aveva raccontato loro che quando era bambino suo nonno diceva che i libri quando lui andava a scuola erano scritti su carta, le pagine si potevano sfogliare, le parole erano ferme, invece che muoversi normalmente su uno schermo. La scuola di Margie consiste in un insegnante-robot personale che a casa istruisce la bambina. Il libro trovato dal fratello parla invece della scuola antica, quando tutti i ragazzi si riunivano in un unico edificio ed imparavano le stesse cose. "*Chissà come si divertivano!*"

Racconto emblematico di un futuro non così lontano da noi, dove anche l'istruzione basata appunto sui libri, sarà completamente modificata. In un mondo che deve andare avanti, modernizzandosi e sfruttando al meglio le scoperte e le tecnologie per migliorare la propria vita, personalmente spero che non verrà mai a mancare il libro comune, diventato quasi un amico da portare ovunque di vada.

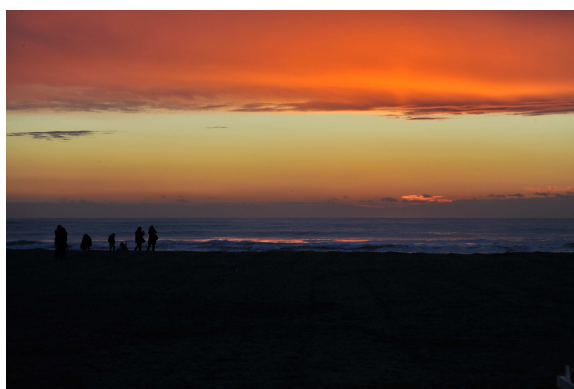
## **COSTRUZIONE DEL SITO**

Quando ho iniziato a costruire il sito, la prima cosa che ho fatto è stato decidere quali contenuti inserire e in quale modo impostarli. Come specificato anche nella tesi, leggere sul web è molto diverso che leggere su carta: è infatti più faticoso e spesso l'utente non arriva neanche in fondo alla lettura, ma si limita ai titoli e alle prime righe della pagina. Dunque la prima cosa che ho fatto è stata modificare i testi, riassumendoli e dividendoli in paragrafi per agevolare la lettura su schermo.

Sono passata poi alla creazione vera e propria del sito: la prima pagina è la home page, che nella rivista cartacea corrisponde all'indice.

Solitamente la cosa che mi crea più difficoltà è come riempire lo spazio: devono essere presenti tutti gli elementi essenziali di una pagina, che non devono però soffocare il testo, né la pagina deve alla fine risultare troppo essenziale. Dunque, in primo luogo lo sfondo: inizialmente avevo creato una con Photoshop dal rosso al celeste, per riprendere i colori del Carnevale e della maschera ufficiale, il Burlamacco. Il riquadro contenente il testo è riempito con un colore molto chiaro, quasi bianco, così che vi si possa leggere senza difficoltà.

Navigando su Internet per prendere spunto anche da altri siti, mi piaceva inserire in alto una foto di Viareggio, contenente il titolo della pagina.



Tuttavia, anche inserendo il titolo sopra la foto di colore molto chiaro, in modo da farlo risaltare, il risultato finale mi sembrava "invadente"; dunque ho provato sempre con Photoshop a rendere la foto trasparente. Anche in questo caso il risultato non mi soddisfaceva.

Ho infine deciso di eliminare l'immagine: il logo della Fondazione Carnevale l'avevo inserito nel riquadro del testo nella home page, ma non ne era previsto l'inserimento nelle pagine interne. Dunque ho composto la parte superiore della pagina con il logo a sinistra, il titolo al centro e il banner a destra:



Risolto almeno al momento il problema del titolo, mi sono concentrata sulla creazione dell'indice.

Gli articoli propri della rivista che ho deciso di inserire nel sito sono sedici, dunque era importante elencarli in una sola pagina, cercando di farli apparire ordinati. Ho inizialmente ripreso esattamente la pagina della rivista, che elencava in due colonne i titoli degli articoli, affiancati da una piccola foto, presente anche nella relativa pagina. Finita l'impostazione, avendo un'idea degli spazi che il contenuto avrebbe occupato, sono passata al cuore della rivista e alla creazione delle pagine degli articoli.

Una volta creata la parte con il titolo in alto, il primo problema era come inserire il menù principale, contenente gli altri articoli: non potevo ovviamente procedere con una lista di titoli che avrebbero "ingombrato" la pagina e per la quale non c'era neanche lo spazio necessario. Ho risolto così con un menù laterale con riquadri numerati: passandoci sopra con il mouse si apre un'etichetta con il titolo corrispondente che rimanda alla relativa pagina.

<b>Indice</b>	
<b>I</b>	Sabato 30 gennaio l'inaugurazione di Viareggio 2010 all'insegna dei ritmi del mondo: dalle armonie della danza e...
<b>II</b>	<b>Presentazione del Presidente</b>
<b>III</b>	la città più grande del mondo con i tipici Piper;
<b>IV</b>	Gran Finale con lo spettacolo musicale;
<b>V</b>	32 palloncini bianchi e la partenza del corteo multicolore;
<b>VI</b>	Un mosaico di ritmi, colori e suoni del mondo caratterizzeranno l'inaugurazione dell'edizione di Viareggio che diventa punto di partenza per promuovere lo scafo favorendo così la conoscenza culturale.
<b>VII</b>	
<b>VIII</b>	
<b>IX</b>	La grande kermesse partirà alle 15,30 con un corteo di carri musicali che sfileranno per le vie della città e poi ritrovarsi nel cuore di Viareggio, piazza Mazzini, palcoscenico che ha come sfondo uno spettacolo di suoni e colori del mondo.
<b>X</b>	
<b>XI</b>	
<b>XII</b>	

Inizialmente il testo era stato diviso in paragrafi e messo in due colonne laterali, con al centro un'ulteriore colonna con le foto. In effetti, i testi erano tutti piuttosto brevi, quindi le colonne non risultavano troppo lunghe.

Successivamente però ho deciso di impostare il testo in parte sulla prima colonna a sinistra e in parte sulla colonna contenente la foto in modo da circondarla. Questo perché nella terza colonna ho inserito dei riquadri che rimandano ad altri siti che possono interessare l'utente: in primo luogo quello della Fondazione Carnevale, dove è possibile trovare tutte le informazioni utili per partecipare al Carnevale. Collegato a questo, il sito <http://www.viareggio.it/> per trovare alberghi, ristoranti, camping e locali a Viareggio. Un altro riquadro è dedicato al portale della Nautica in Versilia e infine l'ultima dedicato alla Coppa Carnevale.



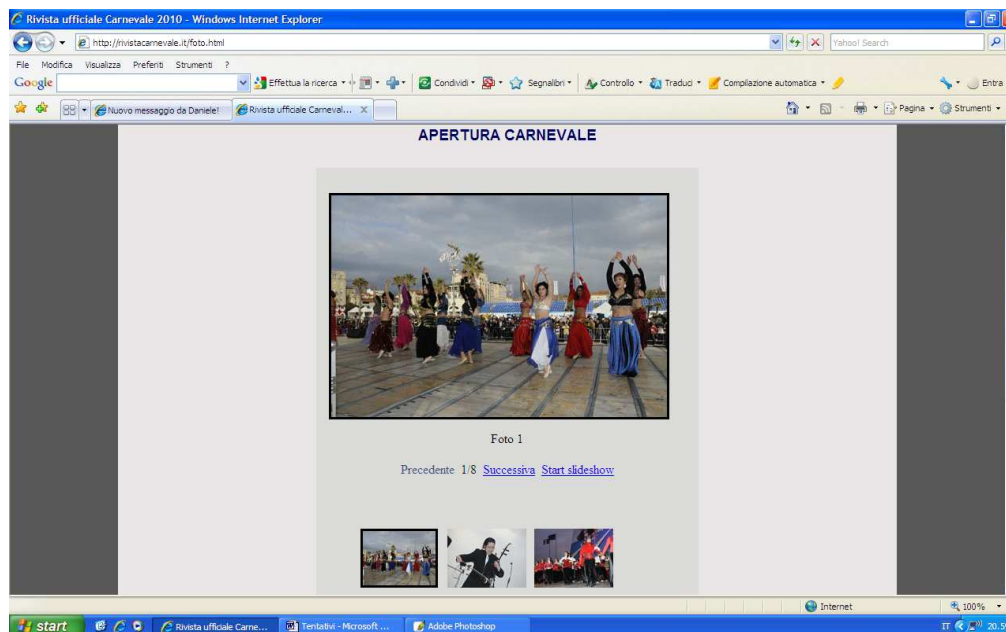
Le pagine degli articoli sono impostate tutte nello stesso modo, tranne la XV dove sono elencate tutte le costruzioni di cartapesta: la prima impostazione della pagina consisteva in quattro colonne affiancate, ogni nome corrispondente a un link.

In seguito ho modificato tale impostazione per renderla più simile alle altre pagine: dunque l'elenco è diviso in due colonne, mentre la terza è dedicata ai riquadri con i link di approfondimento.

L'ultima pagina è invece una semplice lista di coloro che hanno collaborato alla realizzazione del Carnevale 2010.

Per la creazione delle pagine con le foto, ho provato con vari esempi di gallerie: le immagini che avevo a disposizione erano molto numerose, dunque mi sono risolta a dividerle in più pagine, ognuna con un titolo che indicasse l'argomento delle foto. Ogni galleria è formata da una serie di immagini in anteprima: cliccando sopra ognuna, questa viene ingrandita nello spazio superiore.

È anche possibile avviare la slideshow, con le immagini che scorrono autonomamente.

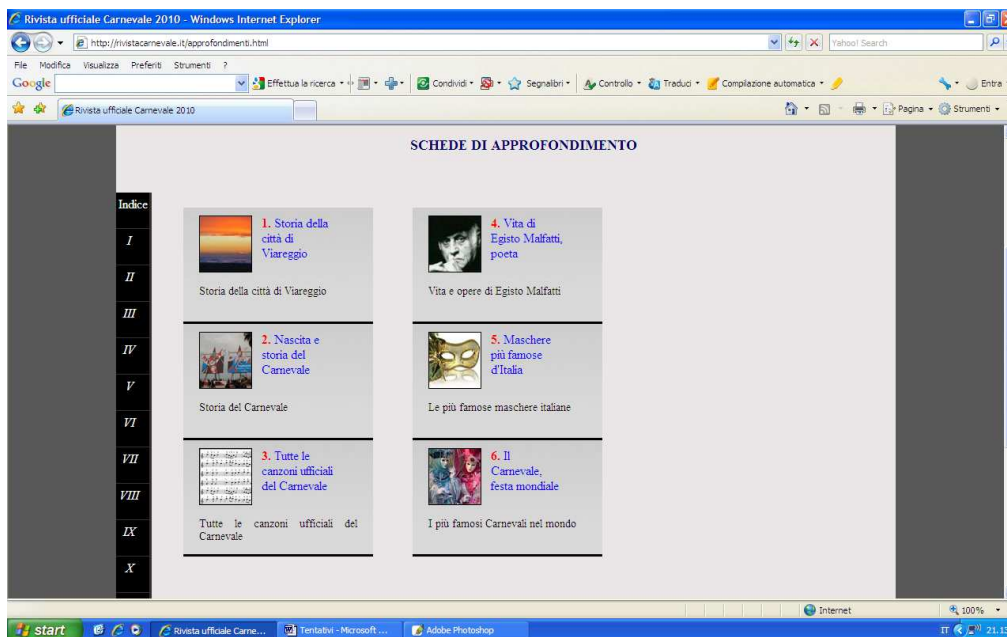


Altra pagina al di fuori della rivista è quella degli approfondimenti, ovvero argomenti inerenti al Carnevale o a Viareggio che possono essere interessanti e che non sono compresi nella rivista. Inizialmente la home page degli approfondimenti era divisa in due colonne che occupavano lo spazio centrale: da una parte vi era un'immagine raffigurante l'argomento trattato e accanto il titolo dell'approfondimento.

Ma visto che si tratta di una Home page e considerando che c'erano diverse pagine che non rispettavano le impostazioni delle altre pagine, ho deciso di modificarla e di posizionare gli elementi all'interno di riquadri, esattamente come nella home page principale del sito; dunque una piccola foto a lato, il titolo e una riga di testo per introdurre all'argomento di ogni approfondimento: storia di Viareggio, nascita e storia del Carnevale, le canzoni ufficiali, la vita di Egisto Malfatti, le maschere più famose d'Italia, il Carnevale nel mondo.

Ora i testi degli approfondimenti sono disposti su tre colonne e come gli altri testi hanno diversi link che creano un ipertesto e rimandano a pagine interne o esterne al sito.





A questo punto avevo inserito tutti i documenti, i testi, gli articoli e le immagini sia della rivista che al di fuori.

Dunque sono passata alla grafica: ogni pagina è stata arricchita con un motivo che riprende il vestito di Burlamacco, la maschera ufficiale di Viareggio, dunque sono triangoli rossi e bianchi alternati. Avevo provato a inserire tale motivo lungo tutto il perimetro della pagina, ma il risultato a mio avviso non era apprezzabile; ho preferito quindi tenerlo solo nella parte superiore e in quella inferiore.



Nel riguardare lo sfondo, ho eliminato lo sfumato rosso/celeste e, prendendo spunto dal sito <http://www.blackarchives.it/>, ho preferito un colore scuro, nel mio caso il grigio. Sono quindi passata alla modifica della parte superiore della pagina, quella contenente il logo e il banner con al centro il titolo.

Prendendo stavolta ad esempio il sito <http://www.labiennale.org/>, ho eliminato definitivamente la fascia superiore, per inserirla all'interno del riquadro contenente il testo, con lo stesso colore grigio scuro dello sfondo. Ho conservato il banner sulla sinistra e il logo del Carnevale sulla destra, ma di dimensioni

maggiori, quasi uscisse da una finestra. Ho posto il titolo sopra al testo, centrato, uguale in tutte le pagine. Infine anche nella home page ho inserito il menù secondario presente anche nelle altre pagine, spostandolo nella parte alta del riquadro, che quindi diventa un elemento costante e identico in tutte le pagine.



## BIBLIOGRAFIA

- *La nascita del libro*, di Lucien Febvre e Henry-Jean Martin
- *Storia dell'editoria nell'Italia contemporanea*, di Gabriele Turi
- *La democrazia della stampa, Storia del giornalismo*, di Oliviero Bergamini
- *Editori italiani ieri e oggi*, Nicola Tranfaglia
- *La nascita della stampa periodica e il suo affermarsi in Italia*, di Alberta Pannain
- *La quarta rivoluzione*, di Gino Roncaglia
- *Editoria digitale*, Letizia Sechi
- *Corso di Aspetti Giuridici e Professionali dell'Informatica, Copyright, Lezioni*  
Prof.ssa Flik
- *I periodici elettronici in Internet. Stato dell'arte e prospettive di sviluppo*,  
di Antonella Di Robbio

## SITOGRAFIA

- [www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it)
- [www.ebooklearn.com/libro](http://www.ebooklearn.com/libro)
- <http://web.mclink.it> (periodici)
- <http://www.comune.parma.it> (rotocalco)
- [http:// internet.civile.it](http://internet.civile.it) (decreto Passigli)
- [www.interlex.it](http://www.interlex.it) (DRM)
- <http://www.enagramma.it> (semplificazione linguaggio)
- <http://www.mestierediscrivere.com> (linguaggio Web e linguaggio cartaceo)
- <http://ideeperilweb.blogspot.com> (magazine)
- <http://webdesign.html.it> (usabilità)