

Introduzione

«DUEMILADIECI Odissea nella lettura elettronica». Questo l'incipit di un articolo apparso sul quotidiano "Il Messaggero" il 21 febbraio 2001.

Era trascorso solo un anno dalla prima apparizione dell'e-book, il libro elettronico, e l'applicazione delle nuove tecnologie digitali al mondo della lettura, e più in generale del sapere, suscitava sempre più interesse e curiosità.

In quegli'anni, articoli sul trattamento digitale dei dati, sull'ipertestualità e sulla multimedialità riempivano le pagine di quotidiani e riviste; tra noi cittadini della società dell'informazione c'era chi sognava e chi temeva la possibilità di una lettura "con gli effetti speciali".

Il 2010 è ormai giunto, il libro elettronico non è ancora diventato strumento quotidiano di conoscenza e non ha ancora saputo stupirci con veri e propri effetti speciali. Già ora, però, parlare di "rivoluzione del sapere" non è affatto prematuro.

L'avvento delle nuove tecnologie ha portato alla nascita di nuovi sistemi per la produzione e la veicolazione dei contenuti, fornendo supporti innovativi e mezzi di trasmissione sempre più veloci.

È in tale contesto che si inserisce questo lavoro, attraverso il quale si è cercato di riflettere sulle caratteristiche e sulla portata dell'influsso che le nuove tecnologie possono avere sui processi di produzione e trasmissione della cultura, ed in

particolare modo sui processi di produzione e trasmissione delle opere letterarie, per arrivare alla descrizione del prototipo di trasposizione ipermediale di *Spoon River Anthology*, da me realizzato nel corso degli studi universitari.

Ciò che mi ha spinto a focalizzare l'attenzione proprio su questo particolare campo d'indagine è, paradossalmente, la mia passione per la carta stampata. Libri, dispense, fogli di ogni tipo sovrastano scrivania e scaffali; vederli intorno, ogni giorno più numerosi, è diventata ormai una piacevole abitudine. Fino a poco tempo fa, leggere un romanzo, una poesia, un saggio voleva dire esclusivamente sfogliare, fare "orecchie" alle pagine, avere tra le mani un libro col suo odore ogni volta diverso e i suoi fogli sempre più flessibili.

Negli ultimi anni, però, frasi come "la morte del libro" o "il libro elettronico soppianderà il libro a stampa" hanno suscitato in me una certa preoccupazione e mi hanno indotto ad approfondire l'argomento.

Interessarsi a questo tema, specialmente qualche anno fa, equivaleva ad imbattersi in un acceso dibattito culturale che vedeva schierati da un lato i cosiddetti "apocalittici", che scorgevano nella diffusione delle nuove tecnologie una minaccia probabilmente capace di distruggere in pochi anni il patrimonio culturale costruito lentamente e con fatica nel corso dei secoli, e dall'altro i cosiddetti "integrati", che consideravano il processo tecnologico l'unica via sicura per superare in breve tempo le limitazioni a cui ci costringe la "vecchia cultura del libro".

Che posizione prendere, dunque, nell'ambito di questa accesa *querelle*?

Per giudicare occorre sempre conoscere l'argomento di cui si discute ed è per questo motivo che ho deciso di riflettere sulla sinergia tra editoria ed ipermedialità e di realizzare "Viaggio in *Spoon River Anthology*", un prototipo di trasposizione ipermediale della famosa opera letteraria scritta da Edgar Lee Masters agli inizi del XX secolo.

Tale prototipo concretizza le riflessioni teoriche elaborate nel corso delle pagine che seguono e, al tempo stesso, può

rappresentare il punto di partenza per la realizzazione di un reale prodotto editoriale che possa supportare e incentivare la lettura di *Spoon River Anthology*.

Per Voi lettori, ho ritenuto opportuno descrivere tale prototipo nel dettaglio con l'ausilio di alcune immagini che mostrano molteplici schermate del Cd-Rom.

Questo lavoro prende avvio, nel *primo capitolo*, con una riflessione sull'editoria ipermediale; si indaga la sua natura composita e si tenta di individuare ed analizzare da un punto di vista storico-evolutivo i suoi elementi costitutivi: editoria, ipertestualità e multimedialità.

Dopo un breve *excursus* sull'evoluzione della comunicazione grafica, dai graffiti preistorici ai moderni blog, vengono delineate le principali tappe che hanno segnato il cammino evolutivo dell'editoria italiana, per comprendere il percorso che ha portato dalla quattrocentesca rivoluzione guttenberghiana all'attuale rivoluzione digitale.

Il capitolo prosegue con uno studio sull'ipertestualità. Dopo una breve panoramica sulla digitalizzazione dei dati, si illustra il concetto di ipertesto e di logica ipertestuale per dimostrare successivamente che l'ipertestualità, prima ancora di essere una tecnica di scrittura abilitata dal computer, è un particolare modello di organizzazione del pensiero che affonda le sue radici in epoche antiche. Lo studio osserva come la maggior parte della letteratura sperimentale novecentesca sia una vera e propria prefigurazione letteraria del moderno ipertesto e si conclude analizzando l'evoluzione che dai primi prototipi ha condotto ai moderni prodotti ipermediali.

Il capitolo termina con una riflessione sulla multimedialità e sulle forme che essa ha assunto prima e dopo l'avvento della tecnologia digitale.

Nel *secondo capitolo* viene descritto nel dettaglio il concetto di ipertesto, la sua struttura e le sue principali caratteristiche. Si mostra, inoltre, come la seconda metà del Novecento non sia stata segnata esclusivamente dagli studi sull'ipertesto elettronico ma anche da importanti considera-

zioni sul testo a stampa che hanno portato alla rottura con i tradizionali canoni della testualità. In conclusione si affrontano le principali problematiche relative al diritto d'autore e ai nuovi scenari aperti dall'avvento del digitale.

Nel *terzo capitolo* si descrive il mercato dell'editoria ipermediale con particolare riferimento al comparto *off-line*; l'analisi degli ultimi dati ufficiali pubblicati nel 2000 dall'ANEE, Associazione Nazionale dell'Editoria Elettronica, viene affiancata da uno studio sui dati ISTAT relativi alla produzione libraria italiana dal 2004 al 2006. In vista della presentazione del prototipo "Viaggio in *Spoon River Anthology*", indirizzato a studenti e docenti della scuola media superiore, il terzo capitolo termina con l'osservazione delle principali tendenze dell'editoria scolastica, riscontrate durante la consultazione dei siti Internet di alcuni dei maggiori operatori del settore.

Nel *quarto capitolo* viene presentato il prototipo di trasposizione ipermediale dell'antologia di Edgar Lee Masters. Tale prototipo è stato ideato e realizzato per mostrare concretamente alcuni dei principali vantaggi cognitivi che si possono trarre dall'utilizzo di una trasposizione ipermediale che abilita molteplici percorsi di lettura e che fornisce strumenti di fruizione utili alla consultazione e alla comprensione dell'opera letteraria.

La descrizione del prototipo è preceduta da una riflessione sui possibili utenti della trasposizione e il capitolo si conclude con una previsione sul futuro di "Viaggio in *Spoon River Anthology*", attraverso un'analisi delle principali attività che una casa editrice dovrebbe svolgere per trasformare il prototipo in un prodotto editoriale reale, in grado di soddisfare le esigenze dei destinatari finali.

Editoria ipermediale

È in atto una vera e propria rivoluzione dei modi di produzione e riproduzione della cultura scritta paragonabile a quella di Gutenberg. Per la prima volta sullo stesso supporto si incontrano il testo, l'immagine e il suono, ed è un incontro che rivoluziona radicalmente le pratiche culturali della lettura. Tutto questo rappresenta una vera provocazione del pensiero (Ragazzoni 1999).

È così che nel 1999 lo storico Roger Chartier descrisse il profondo mutamento che stava attraversando la società e conseguentemente la sua principale espressione: la cultura. Oggi, a quasi un decennio di distanza, quella «rivoluzione dei modi di produzione e riproduzione della cultura scritta», iniziata nella seconda metà del secolo scorso con l'avvento delle nuove tecnologie digitali, non è ancora giunta a termine.

L'editoria, in quanto industria che si occupa del reperimento e della produzione di contenuti riproducibili, della loro trasformazione in forme trasmissibili attraverso i media, e della loro diffusione e commercializzazione, è stato uno dei settori maggiormente investiti da questa ventata di cambiamento e innovazione.

Fino a qualche decennio fa “una e indivisibile”, l'editoria ha cercato di stare al passo con i tempi e con le continue rivoluzioni che li hanno caratterizzati ed è così che la carta ha progressivamente perso il “monopolio” della conservazione e trasmissione della cultura scritta, inseguita prima e raggiunta poi dal digitale.

È nata così l'“editoria digitale” conosciuta anche con il nome di “editoria elettronica” o “multimediale interattiva” o

“ipermediale”. Per gli inglesi, caratterizzati dalla loro abituale stringatezza, tutto questo è semplicemente EP, *Electronic Publishing*. Occorre non confondere, però, la ricchezza terminologica, tipica della lingua italiana, con un’inutile ridondanza. Nella maggior parte dei casi la varietà di vocaboli rappresenta un valore aggiunto: ed ecco infatti che i vari attributi che possono affiancare di volta in volta il termine “editoria” tratteggiano ognuno una diversa sfumatura di significato. A tal proposito Valerio Eletti, nel suo *Manuale di editoria multimediale*, sottolinea che con il termine “editoria elettronica” potremmo riferirci sia all’editoria su Cd-Rom o sull’Internet, sia a quella televisiva in generale. Con il termine “editoria digitale” si potrebbe invece far riferimento, più nello specifico, alla Tv digitale così come si potrebbe fare utilizzando il solo attributo “multimediale” senza “interattivo”.

Nel presente elaborato verrà utilizzata l’espressione “editoria ipermediale *off line*” facendo riferimento a quel particolare comparto dell’editoria elettronica che distribuisce i suoi prodotti utilizzando supporti fisici non cartacei (i più noti sono floppy disk, Cd-Rom e Dvd) e che si pone, quindi, al centro di un *continuum* che va dalla fisicità e rigidità della tradizionale editoria libraria alla totale immaterialità della recente editoria *on line*.

Per iniziare questo cammino all’interno dell’editoria ipermediale nei prossimi paragrafi rifletteremo sulla sua natura composita tentando di individuare ed analizzare i suoi elementi costitutivi: *editoria*, *ipertestualità* e *multimedialità*.

Queste sono le tre anime che danno vita all’editoria ipermediale, tre mondi che entrano in relazione tra loro all’interno dell’universo della *comunicazione digitale sincretica*.

1.1 La comunicazione grafica: dai graffiti ai blog

L’uomo ha sempre avuto la necessità di comunicare, ovvero di condividere i propri pensieri con gli altri membri della comunità.

Tale capacità d'espressione si è evoluta nel corso dei millenni. Dai graffiti preistorici incisi sulla pietra fino alle attuali reti telematiche, l'uomo si è sempre avvalso dei più innovativi mezzi tecnologici disponibili per la creazione, la riproduzione e la trasmissione dei messaggi. Questa sua necessità di comunicare ha favorito la nascita e ha promosso lo sviluppo di strumenti e tecniche comunicative sempre più raffinate ed evolute.

Circa 35 mila anni fa l'uomo ha affidato ai graffiti l'espressione tangibile delle proprie immagini mentali. Le figure incise sulle pareti delle caverne e su vari supporti non deperibili rappresentano generalmente scene di caccia e danze rituali: il loro scopo è principalmente mistico e propiziatorio. L'antropologo e paleontologo Leroi-Gourhan osserva che l'arte delle caverne si basa su «un modo di espressione in cui il pensiero (...) [dispone] graficamente di una organizzazione che potremmo definire a raggiera» (Leroi-Gourhan 1964, p. 231). Il «mitogramma» è caratterizzato dall'«organizzazione spaziale» delle figure dietro cui «deve essere esistito un contesto orale con il quale il raggruppamento simbolico era coordinato e del quale riproduceva spazialmente i valori» (*ibidem*). I personaggi del mito sono rappresentati tutt'insieme, non sono strutturati linearmente e sono disposti su di uno spazio «irraggiante», che invita l'occhio e la mente a un gioco di opposizioni e di correlazioni tra l'immagine complessa e lo sfondo su cui essa si delinea nonché tra le singole figure che compongono l'insieme. Questo particolare stile di espressione era utilizzato per narrare una leggenda o un mito, da cui trarre i valori fondativi di una comunità.

Come scrive Roy Harris,

quelle che vengono definite tipicamente come raffigurazioni (...) [utilizzano] la superficie disponibile secondo principi piuttosto diversi [rispetto alle concatenazioni lineari della scrittura] disponendo i relativi segni in modo da creare nello spazio visivo risultante un qualcosa di analogo allo spazio «del mondo reale» (...) (Harris 1986, p. 84).

Successivamente, in periodo protostorico, lo sviluppo di sistemi di scrittura cosiddetti logografici, che si accompagna a una progressiva linearizzazione del testo, permette il passaggio dalla semplice descrizione di oggetti alla comunicazione linguistica di idee, nella forma di parole o lessemi.

Più tardi alcuni simboli logografici vengono usati per rappresentare non più interi concetti ma le prime sillabe o suoni delle parole con le quali tali concetti vengono espressi. Nascono così le scritture sillabiche, prima, e alfabetiche in seguito, caratterizzate tutte dall'adozione generalizzata di una logica fonografica e di una rigida linearizzazione dei segni.

Quella dell'alfabeto, la cui versione consonantica comparve agli inizi del secondo millennio a.C. in alcune zone del Medio e Vicino Oriente (in particolare in una regione compresa tra il Mediterraneo e il Mar Morto, e tra le città di Hama e di Gaza, la regione di Canaan occupata dai Fenici), è da considerarsi una vera "grande invenzione": un sistema di contrassegni grafici che rappresentano e corrispondono esclusivamente ai suoni articolati della lingua. I singoli elementi acustici che compongono la lingua orale vengono per la prima volta fissati con segni visivi.



Figura 1 - A sinistra: Grotta di Lascaux (Francia) - Graffito risalente al Paleolitico superiore. A destra: La linearizzazione di pitogrammi nel geroglifico egizio.

Sono i Greci, nell'XI secolo a.C., a perfezionare l'alfabeto fenicio con l'introduzione delle vocali e di altri simboli mancanti che permettono alla lingua scritta di riprodurre tutti i suoni della lingua parlata e di raggiungere così la sua piena maturità.

L'avvento della scrittura e la conseguente disponibilità di testi ha rappresentato una tappa decisiva nell'evoluzione dell'umanità. La manifestazione più evidente della straordinaria importanza che l'uomo ha attribuito a questo evento è il considerare preistoria tutto ciò che non ha testimonianze scritte.

Rappresentare in modo astratto il pensiero, non più tramite figure ma attraverso l'alfabeto, trasformando in testo ciò che il linguaggio elabora a partire dall'oggetto, è una vera e propria rivoluzione che influisce fortemente sul nostro modo di ragionare.

La scrittura ha dato avvio ad un processo di civilizzazione che altrimenti non avrebbe mai potuto innescarsi: la fine del nomadismo, lo sviluppo delle economie di scambio, la nascita dello stato. L'uomo, grazie all'invenzione della scrittura, ha potuto tener conto delle merci scambiate e immagazzinate, ha potuto formulare e scrivere le leggi cessando così di far ruotare le sue piccole comunità attorno ai capitribù per creare società sempre più estese e complesse al cui vertice porre dei sovrani ai quali affidare il compito di governare in nome e in difesa della legge. Una legge che trova espressione e fissità nella parola scritta.

Come scrive Raul Mordenti,

la trasmissione orale introduce di continuo variazioni nel testo, adegua la memoria detta, e ri-detta, al pubblico che ascolta non meno che all'esecutore che parla e alle circostanze diverse di ogni *performance*; insomma, il testo orale cresce e vive, o si disperde e si deteriora a ogni atto di lettura. (Mordenti 2005, p. 366).

La scrittura, dunque, ha permesso all'uomo di fissare e tramandare le informazioni indispensabili alla sopravvivenza di ciascuna società, che in precedenza venivano affidate

all'oralità con tutte le conseguenze e i rischi che questo comporta.

In molte società la scrittura attraversa tre fasi di sviluppo: da iniziale strumento magico e segreto, spesso nelle mani dei soli sacerdoti, si evolve in strumento per il commercio gestito con destrezza dagli scribi fino a diffondersi fra la popolazione soppiantando, non senza difficoltà e non sempre, la trasmissione orale della cultura.

Insieme alla scrittura anche il supporto sul quale conservare i testi si evolve nel tempo, adattandosi ai luoghi e alle situazioni: dalla pietra all'argilla, dalla cera al papiro vegetale fino ad arrivare alla pergamena animale e successivamente alla carta.

Scrivere e leggere diventa sempre più pratico passando dallo scomodo ed elitario rotolo di papiro o *volumen* al più economico e pratico libro o *codex*.

A tal proposito Roger Chartier, storico della cultura scritta, afferma che

la *forma codex* consente materialmente di applicare nella ricerca di un'informazione particolare la tecnica dello sfogliare, quella che, poi, in gergo informatico si chiamerà *brushing* o *browsing*. (Chartier 1992, p. 23).

Negli *scriptoria* medievali i monaci amanuensi, copisti sia della Sacra scrittura sia degli autori classici, dispongono e organizzano il testo nella pagina ed introducono, se necessario, glosse marginali, interlineari e a diagramma. L'impaginazione acquista così una nuova, straordinaria importanza.

Successivamente, la scrittura diventa accessibile a un pubblico sempre più vasto di lettori grazie alla rivoluzionaria invenzione della stampa a caratteri mobili ad opera di Johann Gensfleisch, meglio conosciuto come Gutenberg¹.

¹ Höfe zum Gutenberg era il nome di un antico possedimento della famiglia Gensfleisch.

Nel testo a stampa, quell’embrionale apparato paratestuale nato negli *scriptoria* medievali si sviluppa considerevolmente rendendo possibile la suddivisione logica e spaziale del testo all’interno del libro.

Indici, indicazioni di inizio capitolo, titoli, numerazione delle pagine, tavole degli argomenti, note e rimandi incrociati danno la possibilità di segmentare il sapere in moduli, di accedere selettivamente al testo per salti e di stabilire collegamenti inter- e intratestuali consentendo una fruizione sempre più attiva del testo.

Ciò che cambia radicalmente con l’invenzione della stampa è, dunque, il modo in cui il lettore si rapporta con il testo. Come scrive lo scrittore e sociologo canadese Marshall Herbert McLuhan, «‘leggere’ per tutta l’antichità e il medioevo» ha significato «leggere ad alta voce» e la cultura manoscritta è «dialogica, se non altro perché lo scrittore e il suo pubblico sono fisicamente uniti dalla forma della *pubblicazione* come *rappresentazione...*» (McLuhan 1962, p. 124). Con l’avvento del libro a stampa il testo si svincola dall’oralità e l’uditore diventa lettore. Un lettore che si trova “faccia a faccia” con il testo, in uno spazio privato, in una

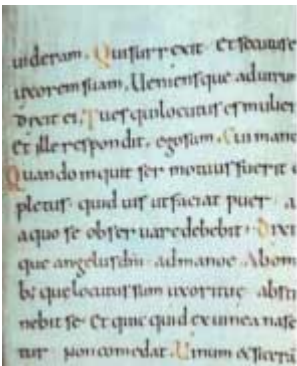


Figura 2 - A sinistra: Bibbia copiata a Corbie (772-780).
A destra: Bibbia stampata da Gutenberg (1455).

dimensione individuale che favorisce una più profonda analisi e una maggiore comprensione dei contenuti. Tutto questo comporta inevitabilmente lo sviluppo di nuove e più complesse modalità di ragionamento.

Con l'avvento della stampa a caratteri mobili, inoltre, la lingua scritta viene formalizzata e la sua autorità si impone sulla lingua parlata.

Dalla "sacralità" e unicità del manoscritto si passa alla riproducibilità standardizzata del libro. È così che la cultura varca i confini della ristretta élite di uomini eruditi e facoltosi, la cui ricchezza si rispecchiava e si esaltava nelle preziose miniature che adornavano le pagine manoscritte. Il libro inizia la sua lenta ma inesorabile diffusione tra un pubblico sempre più vasto di lettori. Ad una concezione estetica si va progressivamente sostituendo una concezione pratica del libro, avviata lungo il cammino che lo porterà a diventare una merce da produrre e riprodurre sotto forma di tanti esemplari identici a costi sempre più ridotti grazie all'invenzione di tecniche di stampa, confezionamento e distribuzione sempre più evolute ed efficienti.

Tra Ottocento e Novecento alla stampa si affiancano telegrafo, telefono, radio, cinema e televisione. Si apre così l'era della multimedialità² diffusiva: audio e video si accostano al tradizionale testo scritto e la diffusione dell'informazione diventa sempre più globale e capillare fino ad arrivare alla comunicazione di massa che, indifferenziata e su larga scala, si evolve rapidamente a partire dal secondo dopoguerra.

Intorno agli anni Cinquanta nascono i primi calcolatori, a quel tempo molto ingombranti e costosi, impiegati esclusivamente per calcoli complessi e maneggiati da personale altamente specializzato che riveste ora lo stesso ruolo che un tempo ricoprirono i sacerdoti alle prese con la scrittura.

² L'accezione del termine cui si fa più comunemente riferimento rinvia all'integrazione nel medesimo messaggio – mediato dalla tecnologia digitale – di segni appartenenti a sistemi comunicativi differenti. L'argomento verrà trattato dettagliatamente nel par. 1.4.

Solamente verso gli anni Novanta, grazie alla riduzione dei costi e delle dimensioni, il computer esce dal mondo strettamente aziendale ed entra progressivamente nelle case a titolo di “infodomestico” capace di memorizzare ed elaborare testi, suoni, immagini fisse e in movimento grazie al trattamento digitale dei dati.

Si apre così l’era della multimedialità interattiva: grazie al computer ed in particolar modo all’Internet gli utenti diventano veri e propri “cittadini della società dell’informazione” che scelgono come e quando accedere alle informazioni di loro interesse.

La multimedialità e l’interattività unite all’abbattimento dei costi di produzione e di pubblicazione favoriscono lo sviluppo della moderna editoria elettronica.

È così che la carta, dopo secoli di primato quale tradizionale supporto alla scrittura, viene affiancata dagli schermi dei computer e degli e-book, libri elettronici simili a un’agenda grazie ai quali è possibile scaricare dalla rete i testi disponibili.

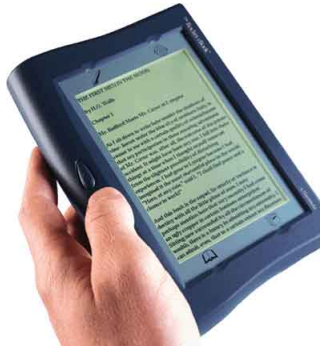


Figura 3 - Il Racket e-Book, uno dei primi lettori di e-book portatili, prodotto nel 1998 da NuvoMedia Inc. (Palo Alto, California). Pesava 22 onces (circa 600 grammi), poteva contenere fino a un massimo di 10 libri e permetteva di sottolineare e di scrivere annotazioni a margine.

Grazie alla sinergia tra telecomunicazione ed informatica, gli anni Novanta rappresentano l'epoca della diffusione tra il grande pubblico dell'Internet, "la rete delle reti". Migliaia di computer collegati tra loro permettono la circolazione di informazioni multimediali a livello planetario. L'Internet mette a disposizione una quantità inesauribile d'informazioni e permette agli utenti di esercitare un ruolo attivo nel processo di fruizione: oltre a selezionare le fonti a cui attingere, è possibile scegliere le informazioni stesse nei tempi, nei modi e nella forma desiderata.

Col passare degli anni, e in modo sempre più massiccio a partire dall'avvento del cosiddetto "Web 2.0"³, l'Internet ha visto la nascita e la proliferazione di forum di discussione, *chat*, *newsgroup*, *mailinglist*, *blog* e altri strumenti messi a disposizione dalla rete che consentono ad ognuno di esprimere le proprie idee ed opinioni in modo semplice e gratuito favorendo così un'integrazione tra culture e ideologie diverse che prima dell'avvento dell'Internet era impossibile realizzare.

In un mondo diventato oramai un villaggio in cui le distanze si accorciano e i tempi si riducono, quel famoso "villaggio globale" che affascina e nel contempo impaurisce, era inevitabile che la potenzialità insita nell'originario sistema di ipertesto in rete, ideato da Tim Berners Lee nel Novanta per trasferire documenti e migliorare la comunicazione all'interno del mondo scientifico, si sviluppasse nella direzione della partecipazione attiva degli utenti, dell'interazione e del *feed-back* immediato.

³ Termine coniato nel 2004 da Dale Dougherty, collaboratore di Tim O'Reilly, leader dell'O'Reilly Radar Team, uno dei più noti osservatori americani dedicato all'analisi, al supporto e allo sviluppo delle nuove tecnologie. Dougherty creò il neologismo "Web 2.0" per riferirsi alla progressiva importanza assunta dal Web nella vita quotidiana di ciascuno individuo e al pullulare nella rete Internet di nuovi servizi di alta qualità. Oggi questo termine tende ad indicare l'insieme di tutte quelle applicazioni on-line che permettono uno spiccato livello di interazione utente-sito e pone l'accento sulle differenze rispetto al cosiddetto Web 1.0, diffuso fino agli anni Novanta e costituito prevalentemente da siti web statici che permettono la sola consultazione dei contenuti senza alcuna significativa possibilità d'interazione.

Un'indagine effettuata nel marzo del 2006 per conto dell'Associazione Italiana Editori ha rivelato che i giovani sono "internauti" per il 91%, che più della metà ha un *Ipod* o un lettore mp3, che uno su quattro partecipa sull'Internet a chat e a forum e che il 9% ha un blog personale con cui diffondere i suoi pensieri. (Migiarra 2008).

Tutto ciò mostra come la "rivoluzione digitale" stia progressivamente cambiando il nostro modo di pensare, di agire, di vivere. Negli ultimi vent'anni le tecnologie dell'informazione hanno trasformato l'economia, la ricerca, l'amministrazione, lo studio, la vita quotidiana di ciascun cittadino, ed anche il mondo dell'editoria risente, inevitabilmente, di questi stravolgimenti.

Sempre più scrittori, emergenti e non, pubblicano sul web le proprie opere e i propri pensieri; sempre più *blogger* pubblicano libri, sulla scia del fascino esercitato dalle nuove tecnologie.

Sono sempre più numerosi gli editori che creano appendici *on-line* dei propri libri, generalmente fruibili sul sito della propria casa editrice, e sono in costante aumento i siti che mettono a disposizione degli utenti spazi dove esprimere giudizi sulle opere lette, discuterne insieme e consigliarsi.

Tutto ciò mostra, a detta di chi scrive, come la straordinaria opportunità offerta dalle nuove tecnologie dell'informazione non risiede nel sostituire i vecchi mezzi di comunicazione ma nel creare una fitta rete di possibilità di produzione e fruizione di contenuti: libri cartacei, prodotti ipermediali *off-line*, informazioni costantemente aggiornate sul Web e nuovi spazi d'espressione virtuali come blog e forum. Tanti nodi, questi, che devono intrecciarsi tra loro e dar vita ad una rete in grado di facilitare e potenziare il reperimento e lo scambio di contenuti per far diventare questa nostra "società dell'informazione" un'evoluta "società della conoscenza".

Poiché l'Internet sta acquistando sempre maggior rilevanza tra gli altri mezzi di comunicazione, alla necessità di alfabetizzazione tradizionale, basata sulla scrittura e sulla

lettura, si affianca il bisogno di saper padroneggiare linguaggi e strumenti nuovi.

Nasce così il problema del *digital divide*, disuguaglianza nella possibilità di utilizzo delle moderne tecnologie dell'informazione. La causa principale è soprattutto quel divario economico che da tempo immemorabile divide i paesi industrializzati da quelli che lottano per soddisfare bisogni molto più impellenti del desiderio di conoscere. Una grossa fetta della popolazione mondiale, infatti, non possiede risorse né economiche né infrastrutturali per accedere all'Internet. Non dobbiamo sottovalutare però quelle cause sociali e culturali che creano profonde fratture tra i membri di una stessa società. Scarsa scolarizzazione ed età avanzata, ad esempio, rappresentano spesso barriere per l'apprendimento dei nuovi strumenti e linguaggi dell'informazione anche per chi vive nelle società più avanzate.

Se questi ostacoli non verranno superati, una grande fetta della popolazione mondiale verrà inevitabilmente esclusa da quella rivoluzione del sapere in atto in questi ultimi anni. Lo scenario da prevenire dunque è quello in cui un mondo corre veloce e l'altro non potrà raggiungerlo mai.

A darci speranza sono le parole ottimistiche di Rita Levi Montalcini:

La possibilità che attraverso internet le informazioni siano disponibili a tutti, che lo scambio avvenga in modo diretto, non mediato, e interattivamente, non dall'alto verso il basso, apre grandi spazi alla democrazia. Io credo che ci sarà per tutti, a tutti i livelli socio-economici, la possibilità di conoscere di più, di acculturarsi. E la cultura, la conoscenza sono, inevitabilmente, fonte di benessere (Giovannini 1996).

Si può concludere quindi che l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione rappresentano nel nostro mondo l'input indispensabile allo sviluppo economico e sociale paragonabile all'elettricità ai tempi dell'era industriale.

1.2 L'editoria italiana: dallo scriba all'internauta

Nel precedente paragrafo abbiamo delineato le principali tappe che hanno segnato l'evoluzione della comunicazione grafico-visiva e, poi, audiovisiva e multimediale percorrendo a lunghi passi circa 35 mila anni di storia fatta di intuizioni, scoperte e cambiamenti che spesso hanno assunto la fisionomia di vere e proprie rivoluzioni sconvolgendo di volta in volta le precedenti modalità di produzione, trasmissione e conservazione delle informazioni.

In questo paragrafo, senza abbandonare la prospettiva storica, focalizzeremo la nostra attenzione su uno dei tanti "nodi" che compongono "la rete" della comunicazione: l'editoria.

1.2.1 *Dall'età antica alle soglie del XIX secolo: verso l'editoria moderna*

La storia dell'editoria è saldamente intrecciata a quella dei movimenti culturali. I fattori economici legati all'industrializzazione e alla diffusione della produzione culturale così come gli ideali sociali e le scelte politiche convergono nell'editoria determinandone forma e sostanza.

Nell'età antica la figura dell'editore si confonde a lungo con quella dell'autore che si fa imprenditore delle proprie opere, diffondendone a pagamento gli esemplari.

È a Roma che la pubblicazione passa dalle mani dell'autore a quelle del libraio dando così inizio al cammino lungo il quale l'attività dell'autore, produttore dei contenuti, si separa dall'attività dell'editore, che pubblica e diffonde l'opera.

Nell'antica Roma, infatti, molti librai fanno trascrivere le opere sotto dettatura contemporaneamente da numerosi copisti, i cosiddetti *servi letterarii*, solitamente schiavi ellenici. Si realizza così una produzione libraria piccola ma sufficiente tanto alla diffusione della cultura quanto ad un rientro economico della spesa.

Nel basso Medioevo la funzione editoriale è esercitata dagli *scriptoria* annessi ai grandi monasteri. Tra i primi a dare impulso a questa attività ricordiamo i francesi S. Martino di Tours e S. Onorato di Arles nonché il calabrese Cassiodoro, a cui S. Benedetto si è ispirato nel fondare il monastero di Montecassino.

La produzione libraria si intensifica nel XIV secolo all'interno di un generale clima di "rinascita" degli studi. Solo tra il XV e il XVI secolo, però, l'editore «assume sostanza industriale e più importante rilievo culturale» (Zirano 1969) grazie alla rivoluzionaria invenzione della stampa a caratteri mobili.

In quest'epoca, eruditi e intellettuali esercitano l'arte della tipografia⁴ dando al libro una connotazione propria, ben espressa dai caratteri tipografici creati da questi primi illustri editori, primo fra tutti Aldo Manuzio.

Dalla sua bottega veneta Manuzio contribuisce alla definitiva sistemazione della punteggiatura, alla definizione del nuovo formato "ottavo", più compatto e maneggevole del manoscritto e dell'incunabolo dell'epoca, nonché alla creazione del carattere corsivo (corsivo italico o aldino) che Manuzio realizza come riproduzione della calligrafia cancelleresca rinascimentale e che usa per la prima volta nel 1502 nella sua edizione della *Divina Commedia*. L'opera dantesca è solo uno dei tanti capolavori pubblicati da Manuzio, il quale contribuisce alla diffusione della cultura umanistica in tutta Italia pubblicando circa 130 edizioni in greco, latino e volgare, tra le quali la prima edizione a stampa di alcune delle opere maggiori di Aristotele, Aristofane, Tucidide, Sofocle, Erodoto, Senofonte, Euripide, Demostene e Platone.

È chiaro, dunque, che l'importanza di questa prima attività editoriale non risiede solo nella stampa dei libri ma anche nell'affermazione da parte di questi primi editori di una

⁴ dal greco *týpos* (=segno impresso) e *graphía* (dal verbo *gráphein*= scrivere), la tipografia è l'«arte di riprodurre qualsiasi scritto mediante *caratteri mobili* o *tipi*, opportunamente disposti in una composizione, e poi impressi, stampati su carta con macchine adatte». (Del Prato 1972).

propria personalità culturale che li spinge a svolgere quella che sarà la tipica funzione dell'editore moderno: la scelta delle opere da pubblicare.

Se il Cinquecento è l'epoca di Manuzio, Paganini, Giolito de' Ferrara, Giunti, Griffò, Estienne, Plantin e tanti altri ancora, il Seicento vede protagonisti, tra gli altri, Bulifon, Mascardi, Pinelli, Baglioni, Zappata, Malatesta e Agnelli. Il Seicento, però, è anche il secolo in cui l'Italia perde il primato in campo editoriale in seguito ad una drastica riduzione della produzione libraria e del numero dei lettori e ad una decadenza dei valori tipografici.

L'epoca d'oro dell'editoria italiana sembra irrimediabilmente conclusa quando, nel Settecento, si assiste ad una notevole ripresa dovuta principalmente alla ristrutturazione imprenditoriale del settore librario. In opposizione ad un sistema di privilegi e di accordi corporativi ormai consolidato, nascono le prime associazioni di editori e vengono ideati nuovi strumenti giuridici quali il *diritto d'autore e di editore*.



Figura 4 - A sinistra: Aldo Manuzio (1449-1515). A destra: l'Aristotele di Aldo Manuzio (1495-1498). Libreria Antiquaria Pregliasco, Torino.

Si affermano, tra gli altri, editori del calibro di Bodoni, inventore dell'omonimo carattere tipografico, Manni, editore del *Vocabolario* della Crusca, Bocca, Paravia. Ma per parlare di un vero e proprio mercato editoriale è necessario attendere l'arrivo dell'Ottocento.

1.2.2 *Il XIX secolo: l'editore diventa imprenditore*

Lo spirito illuministico, la Rivoluzione francese, il fermento del periodo napoleonico e le successive rivoluzioni liberali nonché l'invenzione del torchio a vapore di König, che ha permesso di moltiplicare la tiratura riducendo i costi, sono i principali fattori che convergono nel dare all'editoria la sua moderna fisionomia delineandone i confini da ora in poi non più confusi con quelli dell'attività di stampatore e libraio.

Nel corso del XIX secolo si afferma la figura di un editore-imprenditore attento ai bisogni di un nuovo pubblico, non più l'élite di intellettuali e scrittori bensì la piccola e media borghesia, che richiede nuovi prodotti, primo fra tutti il romanzo. Ciò che contraddistingue l'editore ottocentesco, oltre a questa inedita attenzione per il vasto pubblico, è la capacità di «riconoscere nel lavoro intellettuale una professione, cui corrispondere un compenso, anche sotto forma (...) di diritto d'autore» (Cadioli, Vigni 2004, p. 13).

Come scrive Carlo Tenca nel 1840: «Ormai non sono più gli autori che pensano alle opere da pubblicarsi, ma sono gli editori» (p. 18). Editori che devono avere conoscenze culturali ma anche economiche per riuscire a ricercare autori che possono avere successo, remunerare il loro lavoro, acquistare i diritti di pubblicazione e intrattenere rapporti con tipografi e librai. Tutto ciò all'insegna di un nuovo scopo, il profitto, e di un nuovo rischio, la perdita di capitali.

Ogni pubblicazione diventa una scommessa in cui l'editore mette in gioco non solo idee ma anche, e soprattutto, il proprio denaro e i propri beni.

A fronte del costante rischio che corre in prima persona, l'editore avoca a sé il diritto di scegliere su quali opere investire, con tutte le conseguenze che questo ha, da sempre, sulla produzione culturale di ciascun paese.

I principali protagonisti italiani di questa "nuova editoria" ottocentesca sono Pomba, Loescher, Bocca e Lattes a Torino, Le Monnier e Barbera a Firenze, Zanichelli a Bologna, Stella, Vallardi, Treves e Sonzogno a Milano, Morano a Napoli, Sandron a Palermo, Bettoni a Brescia.

Il mercato librario viene invaso dalle edizioni "popolari" ed "economiche" che permettono a testi di scrittori classici e contemporanei così come a manuali di varia natura di raggiungere il vasto pubblico. Ma "gli invasori" per eccellenza sono i romanzi che, come descrive Giuseppe Rovani nel 1875, «si riproducono, si sparpagliano, penetrano dappertutto» (Cadioli, Vigni 2004, p. 31).

Nel 1861 l'Italia diventa uno stato-nazione e cade uno degli ostacoli più importanti allo sviluppo omogeneo dell'editoria italiana: la frammentazione territoriale e le conseguenti barriere doganali. Gli editori si trovano quindi a operare in un unico vasto mercato nazionale.

L'analfabetismo, che sino ad allora aveva fortemente ostacolato la diffusione dei nuovi prodotti culturali, viene progressivamente ridotto nel corso della seconda metà dell'Ottocento con una politica di riorganizzazione scolastica del nuovo Stato. Numerose case editrici individuano nei testi per le scuole e nei libri per ragazzi il loro punto di forza. È proprio in questi anni che prendono forma best-seller del calibro di *Pinocchio* e *Cuore*, che in poco tempo raggiungono lo straordinario traguardo delle 500.000 mila copie vendute.

Al fianco della narrativa, della letteratura popolare e di quella per ragazzi non bisogna dimenticare quell'editoria di cultura portata avanti, tra le altre, dalle case editrici Leo Ol-scki, Loescher, Bocca e Sandron che con i loro saggi consolidano il nuovo Stato attraverso la diffusione di una cultura nazionale.

1.2.3 *L'avvento del XX secolo: nuovi editori nella "nuova" Italia unita*

Nel Novecento si assiste ad una grande espansione del mercato librario legata principalmente all'alto grado di sviluppo tecnologico e all'aumento dell'istruzione che caratterizzano le società industriali. Gli editori italiani si specializzano e si assiste ad una segmentazione del mercato in base al tipo di pubblico, ai generi e ai campi disciplinari.

Le principali case editrici che si affermano nell'Italia post-unitaria sono Sansoni a Firenze, Cappelli a Rocca S. Casciano, la già menzionata Olschki a Verona e la UTET che a Torino prosegue l'opera di Pomba.

Nella prima metà del XX secolo a Bari nasce Laterza, che si avvale dell'eccezionale collaborazione di Benedetto Croce, a Roma De Agostini e Istituto Giovanni Treccani, diretto da Giovanni Gentile, a Milano Mondadori, Bompiani, Rizzoli, Longanesi, Fabbri e Garzanti, che rinnova la vecchia Treves su basi industriali moderne, a Napoli Ricciardi, a Firenze Vallecchi, a Torino SEI e Einaudi, a Venezia e poi a Firenze La Nuova Italia. La seconda metà del Novecento vede poi nascere Boringhieri a Torino, Il Mulino a Bologna, Feltrinelli e Il Saggiatore a Milano.

Il nuovo secolo si apre all'insegna di una distinzione che affonda le radici nell'Ottocento e che perdurerà per tutto il Novecento: l'editore "di cultura", destinata ad accendere ed animare il dibattito intellettuale, si contrappone all'editoria "di consumo" dedicata al vasto pubblico e al soddisfacimento del suo bisogno di svago e intrattenimento.

1.2.4 *La prima metà del XX secolo: "editori protagonisti" nel ventennio fascista*

Il "secolo breve" è segnato da incessanti e profondi mutamenti in campo editoriale. Tra la prima e la seconda guerra mondiale si assiste alla progressiva ascesa del partito nazionale fascista che trasforma editoria libraria e stampa, quoti-

diana e periodica, in potenti strumenti per l'acquisizione del consenso sottoposti dapprima a controllo, attraverso varie forme di sovvenzioni statali, e poi a drastica censura.

Nel primo Novecento, dunque, l'editoria vive un periodo di forte difficoltà; ma in questo clima di ricatto brilla il nome di Arnoldo Mondadori, che riesce ad assecondare la volontà del regime senza però rinunciare al perseguimento di progetti editoriali non graditi al fascismo ma di enorme successo sia a breve che a lungo termine.

Gli anni Trenta vedono l'affermazione dei cosiddetti "editori protagonisti" capaci, come ad esempio Einaudi, Garzanti, Bompiani e Rizzoli, «di imprimere una forte personalizzazione al [loro] progetto e all'intero processo che va dalla scelta del testo alla veicolazione del prodotto» (Cadioli, Vignini 2004, p. 76).

Allo scoppio della seconda guerra mondiale l'editoria precipita in una fase di stallo che supererà con non poca fatica solo all'indomani del conflitto. Ed è proprio nell'immediato dopoguerra, nel 1949, che nasce la BUR,



Figura 5 - Quaderno di uno studente dell'epoca fascista sulla cui copertina si legge "LIBRO E MOSCHETTO STUDENTE PERFETTO", frase che riecheggia lo slogan della prima "Festa del libro" del 1927: "Libro e moschetto, fascista perfetto".

“Biblioteca Universale Rizzoli”, la più imponente collana allora esistente in Italia, nella quale entrano a far parte fin da subito non solo i grandi nomi del panorama letterario moderno e contemporaneo ma anche tutti i più illustri autori classici, italiani e stranieri, in edizioni integrali ed accurate. L’obiettivo dell’editore fu quello di rendere questo patrimonio disponibile al grande pubblico attraverso una politica dei prezzi molto attenta: il costo di ciascun libro era determinato nella misura di 50 lire ogni 100 pagine.

Nel giro di pochi anni la “Biblioteca Universale Rizzoli” diventa «per l’intera generazione del dopoguerra, la fonte primaria di accesso – anche come sussidio scolastico – ai classici di ogni tempo» (Cadioli, Vigni 2004, p. 95).

1.2.5 *Il secondo Novecento: edicole, remainders e grande distribuzione*

Tra gli anni Cinquanta e Sessanta il “miracolo economico” investe anche l’editoria e il mercato librario viene invaso dai bestseller, dalle dispense e dai “tascabili”.

Alla nascita e alla diffusione dei bestseller contribuisce fortemente la “macchina mondana” dei numerosi premi letterari, come il premio Strega e il premio Campiello, ma anche e soprattutto la trasposizione cinematografica di numerosi libri che da queste trasposizioni hanno tratto un benefico “effetto di ritorno” in termini di vendite. Sono gli anni in cui le sale cinematografiche proiettano film quali il *Giardino dei Finzi-Contini*, *Senilità*, *Il gattopardo*, *Morte a Venezia*⁵ e tanti altri capolavori del cinema ma, ancor prima, della letteratura.

Sul finire degli anni Cinquanta l’edicola conquista una posizione di rilievo all’interno del settore distributivo affer-

⁵ Il *Giardino dei Finzi Contini*, romanzo scritto da G. Bassani e film diretto da V. De Sica; *Senilità* scritto da I. Svevo e portato sul grande schermo da M. Bolognini; *Il gattopardo* scritto da G. Tomasi di Lampedusa e trasformato in film da L. Visconti; *Morte a Venezia* racconto scritto da T. Mann e film diretto da L. Visconti.

mandosi quale esclusivo canale di diffusione di un nuovo prodotto editoriale: i fascicoli a dispense.

Negli anni Sessanta i leader di questo nuovo segmento di mercato sono i Fratelli Fabbri che vengono ben presto contrastati da case editrici del calibro di Sansoni, Vallardi, De Agostini, Rizzoli. Le edicole vengono invase da una varietà sempre maggiore di esili fascicoli che vanno a comporre di settimana in settimana imponenti opere che spaziano dalle enciclopedie ai manuali di cucina, dai dizionari ai capolavori dell'arte e della letteratura. I consumatori rispondono positivamente, invogliati dalla possibilità di riempire pian piano gli scaffali delle proprie librerie con opere scelte e confezionate con intelligenza e cura dagli editori. Ma gli scaffali nelle case degli italiani non reggono al peso di un'offerta che diventa in pochi anni eccessiva e porta il mercato delle dispense ad uno stato di saturazione.

Nel 1965 la Mondadori, con una brillante intuizione, propone ai lettori un nuovo prodotto: il libro economico e tascabile all'interno della collana "Oscar".



Figura 6 - Copertina di *Addio alle armi*, opera di Ernest Hemingway con la quale Mondadori inaugurò la collana «Oscar» nel 1965

Capolavori della letteratura contemporanea, come *Addio alle armi* di Hemingway e *Una vita* di Guy de Maupassant, vengono pubblicati con cadenza periodica nel formato 11x18 e venduti al costo di 350 lire l'uno. "Tascabili" ed "economici", quindi, nel vero senso della parola.

L'idea è vincente e tante altre case editrici, come ad esempio Longanesi, Garzanti, Sansoni e Mursia, decidono di cavalcare il successo degli "Oscar" Mondadori e immettono sul mercato numerose collane tascabili periodiche che variano per contenuto e target di riferimento.

In pochi anni i tascabili, come tante piccole gocce, danno vita ad un mare immenso che inonda le edicole e fa naufragare i disorientati consumatori.

Durante la seconda metà degli anni Sessanta si assiste non solo alla nascita, al sorprendente sviluppo e alla successiva saturazione del settore dei tascabili ma anche alla chiusura di molte case editrici che non riescono a stare al passo delle altre all'interno di un mercato editoriale in continuo mutamento. Altri marchi, tra i quali Vallecchi e Fratelli Fabbrì Editori, sopravvivono grazie a investimenti finanziari di società extraeditoriali, come Montedison e FIAT, diventando "editori impuri". Viceversa, si assiste anche alla nascita di nuove case editrici tra le quali Rusconi e Marzotta a Milano, Sellerio a Palermo, De Donato a Bari.

Nel decennio 1964-74 la pubblicazione di libri nuovi passa da 9.476 a 17.295 (Editoria 2007) e il mondo dell'editoria, dal volto ormai del tutto industriale, trova i suoi punti di forza nel marketing e nella pubblicità.

Il libro prende forma attraverso una complessa rete di operazioni: si parte dalla definizione del progetto editoriale, che vede protagonista l'editore, per passare alle scelte prese solitamente di concerto all'interno della redazione proseguendo poi con la distribuzione del lavoro tra i vari redattori e collaboratori esterni che si occupano dell'eventuale traduzione, della revisione del testo e della sua uniformazione, della correzione delle bozze, dell'impaginazione fino ad arrivare alla stampa, al confezionamento ed infine alla distribu-

zione – indispensabile affinché il libro giunga sul mercato. A tutto ciò fa da sfondo un'attività promozionale indirizzata a librai, giornalisti, critici e lettori che, in una società come la nostra sempre più guidata da scelte di marketing, gioca un ruolo determinante nel successo di ciascuna scommessa editoriale.

I premi letterari, le rassegne librerie, le rubriche televisive e radiofoniche, le iniziative di carattere bibliografico diventano da questo momento in poi un importante supporto all'informazione libraria.

Ai tradizionali canali distributivi si affiancano i cosiddetti *remainders*, «negozi che smaltiscono l'eccesso di produzione libraria offrendo a prezzi ridotti sia i fondi di magazzino sia opere che avrebbero potuto mantenere il loro mercato, ma che le nuove tecniche di distribuzione consigliano di mettere “fuori catalogo”» (Editoria 2007).

In questi anni nascono nuove case editrici che si attestano a livelli di alto prestigio, come Adelphi, e si profilano le prime “concentrazioni”, alleanze o fusioni tra case editrici ma anche tra marchi del settore librario e della stampa periodica⁶.

Il genere che si impone è la saggistica, specchio di un'Italia segnata dagli eventi conciliari, dai sanguinosi scontri sociali, dalla guerriglia urbana e dall'azione terroristica.

Con il trascorrere degli anni Settanta si attenuano questi stravolgimenti che hanno segnato il volto politico e sociale dell'Italia e gli editori che hanno puntato tutto sulla saggistica di contenuto politico sono ora costretti a cambiare strategia. Molte case editrici, vecchie e nuove, si specializzano per incidere su specifici segmenti di mercato, come l'arte, il diritto, la medicina, la manualistica, l'informazione libraria e l'informatica.

⁶ Il primo “gruppo editoriale” italiano si forma agli inizi degli anni Settanta con l'acquisto di Bompiani, Sonzogno, Bietti ed Etas Kompass da parte dell'IFI, finanziaria della FIAT già presente in Fabbri. Nasce così il Gruppo editoriale Fabbri.

Marchi storici, tra i quali Mondadori, Rizzoli, Garzanti, Einaudi e Bompiani, puntano, invece, sul vasto pubblico dando vita a opere di narrativa, spesso in formato tascabile, di immediato successo. Ricordiamo *La Storia* di Elsa Morante, il *Gabbiano Jonathan Livingston* di Richard Bach, *Lettera ad un bambino mai nato* di Oriana Fallaci, *Il nome della rosa* di Umberto Eco e molti altri ancora.

Negli anni Ottanta la narrativa di qualità lascia pian piano il posto al romanzo “rosa”⁷. Incontro, ostacolo, sofferenza, conquista e passione sono gli ingredienti che permettono a questo nuovo prodotto editoriale di ottenere immediato successo presso il vasto pubblico femminile che si avvicina così, spesso per la prima volta, al libro.

Giuliano Vignini fotografa con estrema efficacia i mutamenti che trasformano il mondo editoriale degli anni Ottanta:

lo sviluppo andava sempre più nella direzione della leadership finanziaria, del controllo del mercato da parte di *holding* che dettavano le regole e imponevano le loro scelte su più fronti. Lo scenario editoriale cominciava a vivere un periodo di inquieto dinamismo sul piano societario e aziendale caratterizzato da acquisti e fusioni di sigle, da alleanze, da ricambio di dirigenti, che spesso si trasferivano da un’azienda editoriale a quella concorrente (Cadioli, Vignini 2004, p.138).

Molte case editrici perdono la loro identità e la figura dell’“editore protagonista”, affermatasi negli ormai lontani anni Trenta, viene scalzata da classi dirigenti spesso provenienti da realtà extraeditoriali e per questo incapaci di dar vita a progetti validi e coerenti.

L’unico genere in grado di rispondere efficacemente all’imperativo di quegli anni, “alte vendite e rendimento assicurato”, è il bestseller affiancato dalla narrativa di impronta popolare e dalla saggistica nata dalla penna di giornalisti e uomini di spettacolo.

⁷ Le due principali collane di romanzi “rosa” sono Harmony e Blue Moon create rispettivamente da Mondadori e Curcio nei primi anni Ottanta.

Il libro, dopo aver invaso edicole e *remainders*, negli anni Ottanta fa la sua comparsa sugli scaffali di supermercati, ipermercati e grandi magazzini ed entra così nel circuito della GDO, grande distribuzione organizzata. In un unico luogo il consumatore può acquistare beni diversi tra i quali anche il libro che viene venduto attraverso una tecnica che diventa sempre meno assistita e sempre più “visiva”. Tra i tanti scaffali dei numerosi reparti di un supermercato, infatti,

si compra ciò che si vede. A questo scopo sono sfruttate al meglio le caratteristiche comunicative del libro (la copertina, la fascetta), cioè tutte le sue capacità di attrazione. La collocazione sugli scaffali del prodotto segue una logica che può indurre ad acquisti complementari o supplementari a quello principale o originario sfruttando le affinità con il libro che l’utente intende comprare (Vannucchi 2004, pp. 181-182).

L’affermazione dell’edicola e della GDO quali importanti canali di distribuzione libraria ha consentito la diffusione del libro anche tra coloro i quali, poco inclini alla lettura, non frequentano abitualmente le librerie, confermando così l’ottimistica previsione formulata da Umberto Eco nel 1995:

forse la grande distribuzione sottrae subito dieci clienti alla libreria ma a lungo andare ne sensibilizza venti e alla libreria li avvia. Se questo fosse vero, si tratterebbe di affrontare un periodo di scempenso e attendere i benefici (Eco 1995).

Gli anni Novanta si aprono con il fenomeno dei libri a “Mille lire” che conquistato il mercato riproponendo, solitamente in un centinaio di pagine, classici e inediti a un costo molto inferiore rispetto ai tradizionali tascabili. Il meccanismo dei “supereconomici”, innescato dalla casa editrice romana Stampa alternativa, coinvolge in breve tempo molti editori, primi fra tutti Newton Compton con i suoi “100 pagine a 1000 lire” e Mondadori, con la sua collana “I Miti”.

Come scrive Giuliano Vignini, «senza che quasi si percepisse la rapidità e la portata del cambiamento, ci si era trova-

ti sommersi (...) da libri più piccoli, agili e a prezzi decisamente più bassi» (Vigini 1999, p. 42).

Prende così avvio il fenomeno della cosiddetta “tascabilizzazione” dell’editoria che prosegue fino ai giorni nostri coinvolgendo anche il settore della saggistica, ricco ormai di opere estremamente esili che permettono al lettore di “farsi un’idea”⁸ sull’argomento trattato senza scendere nel dettaglio.

Tra vecchio e nuovo secolo, un nuovo impulso all’editoria è dato dalla vendita di libri in allegato ai grandi quotidiani nazionali. Le edicole tornano ad essere invase dai classici della letteratura italiana e straniera, dalle dispense di enciclopedie e dizionari, dalle guide turistiche, da manuali di vario genere pubblicati inizialmente solo su carta, poi anche su CD-Rom ed oggi soprattutto su Dvd.

1.2.6 *Il nuovo millennio: tra carta e digitale*

Dalla fisicità della carta si passa alla “semi-materialità” dei supporti digitali e si arriva, infine, alla totale intangibilità della rete Internet. Ed è proprio nel mondo virtuale che l’editoria, da circa un decennio, sta tentando di percorrere nuove strade, con risultati spesso eccellenti.

Dal 1995 al 2000 le case editrici con un sito Internet sono passate da 14 a 475 e nel 2007 sono arrivate a quota 5.143 su un totale di 8.373 aziende (Vannucchi 2008, p. 19). Da un’indagine svolta nel 2007 su un campione di editori che si occupano della produzione di narrativa deriva che l’82,8% di essi possiede un dominio Internet attivo e che oltre la metà (il 59,3%) utilizza le rete per la vendita dei propri libri. Ad utilizzare la rete per la distribuzione dei propri titoli sono soprattutto i piccoli e i medi editori⁹.

⁸ Questo è il nome di una delle collane di saggistica de Il Mulino.

⁹ *Libro e internet. L’uso della rete dei piccoli e medi editori*, indagine presentata da Francesca Vannucchi il 6 dicembre 2007 nel contesto della tavola rotonda *La lettura e le altre letture*, Fiera della piccola e media editoria, *Più libri più liberi* (Roma 6-9 dicembre 2007).

Il commercio elettronico può avvenire direttamente sul sito della casa editrice oppure attraverso le ormai sempre più collaudate librerie virtuali: le più popolari e fornite a livello mondiale sono Amazon.com e Barnesandnoble.com, mentre la più grande libreria virtuale italiana è senza dubbio Ibs.it (Internet Bookshop Italia).

Non è solo il libro cartaceo ad essere pubblicizzato e venduto in rete ma anche l'e-book, il libro elettronico che stenta a decollare nonostante i massicci investimenti di importanti marchi, quali Sony e Amazon, che stanno lavorando alla creazione di dispositivi per la lettura sempre più maneggevoli e ad alta risoluzione.

Siamo così entrati nell'epoca dell'“*internet publishing*”. Nella rete si annidano ormai non solo migliaia di siti che si occupano di produzione ed erogazione di contenuti realizzati da operatori provenienti dai settori della carta stampata, delle telecomunicazioni e dell'informatica, ma anche innumerevoli iniziative nate per e sulla rete, le cosiddette “*webzines*”, neologismo composto dalla fusione delle parole “*web*” e “*magazine*”.

L'editoria, a cavallo tra vecchio e nuovo secolo, viene quindi a conoscenza di moderni supporti che affiancano la carta nel delicato e importante compito di diffusione delle informazioni.

Come vedremo nel corso di queste pagine avere a disposizione nuovi supporti implica la possibilità – ma anche il dovere – di utilizzare nuove modalità di comunicazione con le quali l'editoria si confronta inizialmente non senza disorientamento e difficoltà.

1.3 L'ipertestualità: dalle origini ai giorni nostri

L'*excursus* attraverso la storia dell'editoria si è concluso con l'avvento del digitale. Tra i tanti aspetti di questo fenomeno rivoluzionario, di seguito analizzeremo l'organizzazione ipertestuale delle informazioni.