

L'editoria universitaria in Italia

*La mobile frontiera tra iniziative private e intervento pubblico,
diritto d'autore e accesso aperto*

Giuseppe Vitiello

NATO Defence College
Roma
g.vitiello@ndc.nato.int

1. Introduzione

Ma la conoscenza – questo prodotto così particolare, la cui proprietà distintiva è trasformare saperi e retaggi di saperi in nuovi saperi – è davvero un bene pubblico? La risposta non è univoca.¹ La scienza economica riconosce a questo bene, tanto diverso da ogni altra merce, tre caratteristiche. Primo, la conoscenza è un bene non escludibile: una volta che è stata diffusa, tutti possono appropriarsene e sfruttarla a proprio vantaggio (se naturalmente sono in grado di saperla interpretare). Secondo, è un bene non rivale: un beneficiario può cederla ad altri senza perderne l'uso per averla trasmessa, più beneficiari possono utilizzarla contemporaneamente senza che nessuno ne sia privato. Infine, è un bene cumulativo: un capitale di conoscenza si moltiplica in modo progressivo e, assortendosi in più modi, produce nuove conoscenze.

Perché possa generare quelle che in economia vengono definite “esternalità positive”,² occorre che la conoscenza sia libera, accessibile a tutti e in modo illimitato. La rapidità e l'universalità della sua distribuzione facilita il coordinamento tra gli agenti, diminuisce i rischi di duplicazione dei progetti di ricerca e accresce le possibilità di scoperte e di invenzioni ulteriori. La circolazione di un bene non rivale è ottimale quando questo ha natura pubblica: il principio democratico delle pari opportunità di accesso elimina automaticamente gli agenti inefficienti e permette che ciascuno realizzi, a suo modo e nelle condizioni più favorevoli, le sistemazioni più produttive di accumulazione e di combinazioni di conoscenze. Diremo dunque che l'unica conoscenza che rende è quella che non costa niente? Non necessariamente. La sua produzione, infatti, avviene attraverso l'anticipo di un capitale, la cui remunerazione adeguata è essenziale per generare nuovi saperi. In

questo consiste appunto il dilemma: un prezzo positivo è condizione necessaria per l'allocazione di risorse utili alla creazione di nuova conoscenza, ma solo un prezzo nullo ne garantisce l'utilizzo efficiente, una volta che è stata prodotta.³

Quanti di questi principi validi per una teoria generale dell'economia della conoscenza sono applicabili alla sua diffusione? Quali sono i rapporti reciproci tra economia dell'informazione, economia della conoscenza e economia della cultura? E come considerare le attività specifiche dell'industria editoriale, riconosciuta già in pionieristici studi come una componente fondamentale della società della conoscenza?⁴

Questo articolo intende sottolineare il ruolo della catena della comunicazione editoriale universitaria descrivendone gli anelli fondamentali e la sua evoluzione in ambito elettronico. Il dibattito tra editoria basata sul diritto d'autore e editoria ad accesso aperto, l'esistenza consolidata di un mercato dell'informazione elettronica e la resistenza del cartaceo, la natura pubblica e/o privata dei progetti di aggregazione delle risorse documentarie sono temi centrali per descrivere il fenomeno editoriale in tutti i paesi a economia avanzata. La risposta che se ne dà viaggia sul filo sottile dell'equilibrio tra diffusione pubblica della conoscenza e necessità di remunerazione del capitale investito, tra le sparse iniziative stimulate dagli spiriti “egoistici” imprenditoriali e il motore di una politica dell'informazione che sappia creare condizioni ottimali di sviluppo senza rinunciare alla strategia della massima accessibilità, ad ogni livello e per tutte le componenti sociali. Solo tenendo presente gli obiettivi generali della comunicazione editoriale universitaria nel suo insieme, e non gli interessi particolari di uno solo dei suoi anelli, si riesce peraltro a giustificare misure apparentemente contraddittorie, come la remun-

¹ Le nostre riflessioni sono fondate su KENNETH J. ARROW, *The economics of information*, in *Collected papers of Kenneth J. Arrow*, Cambridge (MA), The Belknap Press of Harvard University Press, 1984 e sull'agile, ma eccellente sintesi di DOMINIQUE FORAY, *L'économie de la connaissance*, Paris, La Découverte, 2000. Tutti i siti citati sono stati visitati l'ultima volta il 31 gennaio 2005. Ringrazio Mariagrazia Campello e Elisabetta Poltronieri per la loro rilettura.

² “Un'esternalità è un effetto (negativo o positivo) provocato da un'attività di produzione e consumo di un bene o servizio su agenti diversi da quelli direttamente coinvolti nella produzione o nel consumo e non riflesso nel prezzo di mercato” (DAVID BEGG – STANLEY FISCHER – RUDIGER DORNBUSCH, *Economia*, edizione italiana a cura di L. Barbarico e C.A. Ricciardi, Milano, McGraw-Hill, 2001, p. 59).

³ DOMINIQUE FORAY, *L'économie de la connaissance*, cit., p. 66.

⁴ Ad es. FRITZ MACHLUP, *The economics of information and human capital*, vol. III, *Knowledge: its creation, distribution and economic significance*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1984.

nerazione richiesta per il prestito bibliotecario, un meccanismo a prima vista oscurantista e stravagante, eppure adottato in alcuni paesi al mondo,⁵ o la gratuità delle risorse informative messe a disposizione dagli statunitensi National Institutes of Health – un provvedimento che suona come uno sberleffo dell'America liberista in economia, e *liberal* in economia della conoscenza, all'Europa sociale, la quale si scopre liberista quando intende riutilizzare "l'informazione del settore pubblico".⁶

Nello studiare la catena di comunicazione dell'editoria universitaria italiana sarà impossibile non fare riferimento alle grandi tendenze emerse negli ultimi anni nell'editoria del mondo anglosassone e in quella europea, alle strategie cioè di concentrazione delle imprese e di integrazione verticale tra produzione e distribuzione e alle risposte dei consumatori riuniti in alleanze consortili. Le nostre osservazioni comparative non intendono però fare del "caso" italiano un banco di validazione di leggi di portata universale (approccio *nomotetico*), e neanche mostrare la sua sostanziale irriducibilità a generalizzazioni teoriche (approccio *idiografico*).⁷ La dimensione delle imprese editoriali, la lingua nazionale, le politiche (o l'assenza di politiche) sviluppate dai poteri pubblici, giustificerebbero la singolarità del modello italiano. Tra l'alternativa *nomotetica* vs *idiografica* ci attesteremo invece su una linea metodologica di "descrizione densa", in cui le generalizzazioni non sono svolte "tra" editorie universitarie di diversi paesi, ma "in seno" ai fenomeni descritti in un solo paese, moltiplicando le prospettive e incrociando i punti di vista. Al termine dell'articolo ci proponiamo di rispondere alle seguenti domande: 1) Quali sono le caratteristiche peculiari dell'editoria universitaria e in che cosa si differenzia dall'editoria di varia? 2) Quali sono le specificità del mercato italiano in rapporto a mercati simili al nostro, come il francese o lo spagnolo? 3) In che modo le iniziative ad accesso aperto favoriscono la realizzazione degli obiettivi della ricerca universitaria? 4) E si contrappongono davvero al sistema editoriale universitario di tipo commerciale?

2. Universo autore: tribù accademiche *hard/soft* e forme del contenuto

La nostra analisi della catena di comunicazione editoriale universitaria comincia dal suo primo anello, l'autore, e più in particolare il ricercatore inquadrato in una struttura – università o altro organismo – la quale finanzia, orienta e sostiene le sue ricerche. Si tratta del primo, ma anche dell'ulti-

mo anello, giacché l'autore, nelle sue vesti di ricercatore, docente, relatore e intellettuale, orienta o influenza le scelte di lettura degli studenti.

Nelle università italiane la forte domanda di laureati ha portato al definitivo abbandono del modello di istruzione superiore presessantottesco e al vertiginoso aumento delle iscrizioni. Qualche rapido dato: incremento di oltre 460.000 studenti tra il 1987 e il 1997 (e stabilizzazione del suo tasso di crescita negli anni successivi), aumento del numero dei laureati da circa 78.000 nel 1987 a 230.000 nel 2003, realizzazione dell'autonomia universitaria, riorganizzazione della docenza in due fasce (ordinari e associati), istituzione dei dottorati di ricerca, attuazione del modulo 3 + 2 delle lauree triennali e di quelle specialistiche.⁸ Tante mutazioni non hanno però alterato le pratiche autoriali (l'*habitus*, direbbe Bourdieu) delle "tribù" accademiche dimoranti nelle università.

Becher, lo studioso che ha con maggiore profondità affrontato il problema della segmentazione del corpo accademico, ha suddiviso le discipline universitarie e le comunità di studiosi ad esse legate in due insiemi, ciascuno dei quali ripartito a sua volta in due sottoinsiemi.⁹ Un primo raggruppamento individua le scienze pure/dure (*hard pure*), dove la natura della conoscenza è cumulativa, atomistica e si sviluppa in forma ramificata con tendenze universalistiche e approcci quantitativi che mirano a scoprire e a spiegare (ad es. la fisica). Un secondo raggruppamento riguarda le scienze pure/morbide (*soft pure*) come le umane e sociali, dove la natura della conoscenza è invece reiterativa, olistica, attenta ai dettagli, e l'approccio qualitativo mira a capire e a interpretare.

Al gruppo *hard* si aggiunge il sottoinsieme delle scienze applicate dure (*hard applied*) delle discipline tecnologiche (ad es. l'ingegneria), nelle quali la natura della conoscenza è di tipo propositivo e pragmatico, tendente all'elaborazione di tecniche e di prodotti, e dove l'ottenimento di brevetti è un riconoscimento accademico più apprezzato del numero di pubblicazioni. Anche nelle scienze *soft* esiste un sottoinsieme di discipline applicate – come le scuole di servizio sociale, di formazione all'insegnamento o di beni culturali (ad es. la biblioteconomia) – a dominante funzionale e utilitaristica, maggiormente riferita al miglioramento delle pratiche professionali e alla predisposizione di protocolli e di procedure che allo sviluppo di concetti universali. La cultura disciplinare del *soft applied* è di incerta definizione perché largamente dipendente dal mondo esterno, dalle mode intellettuali e dall'attività di consulenza, che rallenta la produttività scientifica.

⁵ La remunerazione per il diritto di prestito è norma in vigore in diversi paesi dell'Unione europea e, praticamente, in tutti quelli anglosassoni. Anche se invecchiata, rimane valida la monografia di S. VON LEWINSKI, *Die urheberrechtliche Vergütung für das Verleihen und Vermieten von Werkstücken. Eine rechtsvergleichende Untersuchung*, München, C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, 1990.

⁶ Si fa chiaramente allusione alla Direttiva 2003/98/CE del 17 novembre 2003 che ha fatto seguito al *Libro verde dell'Unione europea sull'informazione del settore pubblico nella società dell'informazione* (Com 98 585).

⁷ L'alternativa è descritta in NEIL J. SMELSER, *La comparazione nelle scienze sociali*, Bologna, il Mulino, 1982.

⁸ CONFERENZA DEI RETTORI DELLE UNIVERSITÀ ITALIANE, *L'università per il paese. Relazione sullo stato delle università italiane 2004*, Roma, 21 settembre 2004, < http://www.cru.it/data/allegati/links/1663/tosi_relazione_21sett_04.pdf>.

⁹ TONY BECHER, *Academic tribes and territories: intellectual enquiry and the cultures of disciplines*, Milton Keynes – Bristol, SRHE-Open University Press, 1989.

Ora, settori *hard* e *soft* seguono pratiche distinte di pubblicazione. La produttività scientifica è massima nei settori scientifico-tecnici e minima nelle scienze umane e sociali. In queste ultime i ricercatori italiani pubblicano in media un articolo all'anno, quasi sempre nella lingua nazionale. Nelle scienze matematiche, fisiche e naturali e in ingegneria e architettura, invece, il numero di studiosi che non ha mai pubblicato all'estero non supera il 10%.¹⁰

Inoltre, dove la conoscenza è "mirata" (*restricted knowledge*) e si rivolge a problemi ben circoscritti, il modo di espressione maggiormente appropriato è l'articolo scientifico pubblicato in una rivista. In altri contesti, invece, dove la conoscenza si sviluppa secondo una modalità illimitata (*unrestricted knowledge*), caratterizzata da una visione delle cose sfumata, maggiormente interessata all'approccio qualitativo, la monografia costituisce il modo eletto di espressione dei risultati della ricerca. È il caso appunto delle scienze umane e sociali.

L'articolo scientifico comprende una sua retorica specifica e un rigoroso apparato paratestuale (note bibliografiche estremamente formalizzate, sintesi in inglese, presenza di parole chiave, spesso tratte da tesauri specializzati).¹¹ La selezione degli articoli è inoltre determinata da regole esclusive di valutazione della ricerca sia a monte, attraverso il meccanismo codificato del peer review, sia a valle, in fase di stima del loro fattore di impatto (Impact Factor) attraverso strumenti di valutazione bibliometrica, tra cui l'analisi delle citazioni.

La carriera del ricercatore scientifico trova un momento d'elezione nella scelta della rivista in cui pubblicare il lavoro di ricerca. Il suo atteggiamento può essere "passivo", se la scelta è orientata verso una rivista che gode al momento del massimo Impact Factor, "attivamente analitico", se invece tiene in considerazione i trend futuri dell'IF della rivista, e "prospettiva" (tesa, cioè, verso un traguardo di carriera), se si indirizza verso riviste estremamente specializzate in cui può esprimere con compiutezza il proprio pensiero e, dunque, avere maggiori speranze di essere citato in futuro. I ricercatori si comporterebbero insomma come piccoli risparmiatori, che investono il proprio capitale di conoscenze nelle risorse azionarie delle citazioni ("monete della scienza", come le ha definite Merton).¹²

La "biodiversità" del ricercatore nelle scienze umane e sociali si esprime invece nel ruolo chiave assegnato al caposcuola nella selezione dei temi di ricerca e nella valutazio-

ne dei giovani studiosi. Il capitale proprio di questa tipologia di *homo academicus* è sbilanciato verso il simbolico e il culturale, ancor più che verso l'economico e il sociale,¹³ tanto più che per molto tempo e, in una certa misura ancora oggi, le facoltà umanistiche sono state viste come depositarie di valori ideali degni di essere trasmessi alle generazioni future. Ha scritto Bourdieu:

Da un lato, [la facoltà di lettere] partecipa del campo scientifico, e dunque della logica di ricerca, e del campo intellettuale – con la conseguenza che la notorietà intellettuale costituisce la sola specie di capitale e di profitto che sia suo specifico appannaggio; dall'altro, in quanto istituzione incaricata di trasmettere la cultura legittima e pertanto investita di una funzione sociale di consacrazione e di conservazione, essa è il luogo di poteri propriamente sociali che (...) partecipano delle strutture fondamentali dell'ordine sociale.¹⁴

Chi ha frequentato le facoltà di scienze umane e sociali negli anni Settanta e Ottanta ricorda bene come scuole disciplinari letterarie e filosofiche fossero ammantate di valori che testimoniavano di culture legittime (o supposte tali) da doversi irradiare all'intero corpo sociale: si viveva allora per lo strutturalismo o per la microstoria come si poteva un tempo morire per Danzica. Oggi la funzione di trasmissione di valori non è più appannaggio esclusivo di alcune facoltà, ma è pervasiva all'intero arco della formazione attraverso la formula dei quattro saperi pilastri dell'educazione contemporanea: sapere, saper fare, saper essere, sapere stare con gli altri.¹⁵

Particolarmente in Italia, l'editoria universitaria in scienze umane e sociali ha rappresentato nel ventennio 1970-1990 l'indicatore più rappresentativo dell'avanzare, o del regredire, di questa o quella scuola accademica, di questo o quel raggruppamento disciplinare, e del loro posizionamento all'interno dell'università. Pubblicare un'opera presso un editore come Feltrinelli, che nel 1969 affermava che ogni proposta editoriale doveva essere "costantemente terroristica",¹⁶ era in qualche modo fare una scelta di campo: un saggista Einaudi, Il Saggiatore o Guaraldi esprimeva un'identità universitaria e una comunità di valori diversa da quelle di cui si faceva portatore un saggista Garzanti, Astrolabio, o Vita e Pensiero. Editoria e università vivevano

¹⁰ ROBERTO MOSCATI, *Tribù accademiche, mondi accademici: differenze disciplinari nell'università italiana*, in *Chi governa l'università. Il mondo accademico italiano tra conservazione e mutamento*, a cura di Roberto Moscati, Napoli, Liguori, 1997, p. 65-92.

¹¹ GORGE M. HALL, *How to write a paper*, London, BMJ Books, Blackwell, 1998.

¹² ENRICO ALLEVA – IGOR BRANCHI – RENATA SOLIMINI, *La biodiversità dei ricercatori che scrivono*, in *Diciamolo chiaramente. Testi, immagini, poster e powerpoint per una comunicazione medico-scientifica efficace*, a cura di Paola De Castro, Silvana Guida e Bianca Maria Sagone, Roma, Il Pensiero scientifico, 2004, p. XIII-XIX.

¹³ Secondo Bourdieu, uno studioso guadagna durante la sua carriera quattro tipi di capitale: economico, culturale, sociale e simbolico, ma le comunità in cui egli opera valutano in modo gerarchicamente differente i vari tipi di capitale e l'accumulazione, rispettivamente, di ricchezza, conoscenza, potere sociale e prestigio. Si veda PIERRE BOURDIEU, *Homo academicus*, Paris, Les Editions de Minuit, 1984.

¹⁴ *Ibidem*, p. 99-100.

¹⁵ UNESCO TASK FORCE ON EDUCATION FOR THE TWENTY-FIRST CENTURY, *Learning* (chairman Jacques Delors), *The treasure within. Report to UNESCO of the International Commission on Education for the Twenty-first Century*, Paris, UNESCO Publishing, 1996.

¹⁶ CARLO FELTRINELLI, *Senior Service*, Milano, Feltrinelli, 2001, p. 375.

in simbiosi e in tale identità culturale di riferimento assurta a sistema non era chiaro se fosse la prima a mimare la seconda, o viceversa.

Ma c'è di più. La rivista in scienze umane e sociali ha svolto per l'università e la società italiana un ruolo strategico di filtro per l'accesso alla carriera universitaria. Non è un caso se oltre il 40% dei titoli di periodici scientifici attualmente presenti sul mercato è stato fondato nel trentennio 1960-1989.¹⁷ Mentre infatti in ogni sistema universitario avanzato il ricercatore iniziava la sua carriera in luoghi di eccellenza storicamente legittimati ad essere tali dalla qualità dell'insegnamento e dal tasso di inserimento dei suoi diplomati nelle élite nazionali – in Francia, l'Ecole normale supérieure; in Germania, a seconda delle discipline, le università di Friburgo, Marburgo, Gottinga, Francoforte; in Gran Bretagna, il bipolio Oxbridge (Oxford + Cambridge) – in Italia, la tardiva apparizione del dottorato di ricerca – istituito nel 1980, ma diffuso in tutte le facoltà solo verso la fine del decennio – faceva sì che l'editoria periodica venisse a essere, suo malgrado, il luogo di selezione privilegiato delle future generazioni di ricercatori, al di fuori di ogni logica istituzionale. La laurea e la pubblicazione di alcuni articoli erano titoli sufficienti per accedere alla carriera universitaria, a condizione che questi fossero apparsi nella rivista organo di una scuola egemone di pensiero. Insomma, il responsabile scientifico, nonché caposcuola universitario, sta alle scienze umane e sociali come l'Impact Factor sta alle riviste internazionali scientifiche, mediche e tecniche.

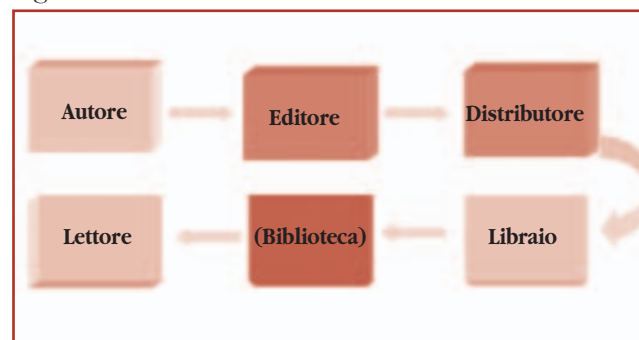
3. In che cosa l'editoria di varia si differenzia dall'universitaria e questa dalla scientifica, tecnica e medica

Secondo anello: l'editoria universitaria. Sebbene gli studiosi dell'editoria ne siano senza dubbio voraci consumatori, tale segmento rimane forse il meno conosciuto. Le difficoltà non consistono tanto nell'identificazione degli attori e delle loro caratteristiche, quanto nella problematica definizione dei confini specifici del settore e nell'interpretazione dei dati complessivi. Almeno tre fattori sono pertinenti all'analisi del "genere": il primo è il ruolo svolto dalle discipline universitarie (le scienze *soft* e *hard* per utilizzare i termini di Becher); il secondo è la varietà merceologica, riducibile sostanzialmente a due macrocategorie: le monografie, da un lato, e i periodici, dall'altro. Il terzo, infine, è il bacino linguistico d'utenza, che permea in modo determinante la ripartizione del mercato in globale – l'anglofono, l'ispanofono, ma anche, entro certi limiti, il russofono e ben presto il cinese – e locale. Questi fattori saranno presi in considerazione nella descrizione del *continuum* editoriale nei suoi segmenti dell'editoria di varia e dell'universitaria. Quest'ultima, a sua volta, sfrangia e si so-

vrappono all'editoria STM (scientifica, tecnica e medica). Per varia si definisce in genere l'editoria focalizzata sulla narrativa, ma anche su volumi che "hanno un forte impatto sugli studi e il lavoro, la vita quotidiana e la cultura".¹⁸ Se all'inizio degli anni 1990 era possibile raggruppare sotto questa etichetta praticamente l'intero arco dell'espressione editoriale, ad eccezione del libro scolastico e di quello per ragazzi, la tendenza odierna del mercato a formare nicchie di riferimento con canali di vendita specifici e specializzazione degli attori che vi intervengono ha ridotto sensibilmente il perimetro di competenza della varia, che resta tuttavia assai esteso.¹⁹ Essa si caratterizza per la grande flessibilità nella scelta dei canali di vendita e nelle caratteristiche di produzione giacché il pubblico interessato è generale, attraversa i ceti sociali e le categorie culturali ed è estremamente sensibile alle mode e ai gusti del giorno. La sua catena coincide quindi con quella più generale dell'editoria e si articola negli anelli descritti nella figura 1.

L'opera di un autore o di un gruppo di autori è selezionata da un editore che normalmente chiede, in seguito alla stipula di un contratto, la cessione dei diritti economici per effettuarne la pubblicazione. Tale lavoro di selezione e l'inserimento dell'opera in un progetto editoriale (ad es. in una collana) costituisce la parte più rilevante del ruolo "creativo" dell'editore e si coniuga a una serie di manipolazioni redazionali, tecniche e grafiche volte a trasformare il manoscritto da prodotto grezzo a manufatto editoriale pubblicabile. Una serie successiva di attori – promotori, distributori – fa circolare i volumi, o meglio, una loro selezione, presso i punti di vendita appropriati: tradizionalmente la libreria, ma in anni più recenti, anche centri che intrattengono con i clienti potenziali relazioni di maggiore prossimità: edicole, supermercati, cartolerie. La vendita indiretta, tramite cioè punto vendita, non è la sola soluzione, giacché già da anni gli editori hanno cercato di scavalcare tale mediazione, affidandosi a canali di vendita diretta quali il club del libro per opere di grande successo, lo smercio porta a porta per grandi opere di carattere se-

Fig. 1 – Editoria di varia: catena di comunicazione



¹⁷ GIUSEPPE VITIELLO, *Il mercato delle riviste in scienze umane e sociali in Italia*, "Biblioteche oggi", 23 (2005), 1, p. 34-44.

¹⁸ GIULIANO VIGINI, *L'Italia del libro*, Milano, Editrice Bibliografica, 1990, p. 55.

¹⁹ Basta raffrontare la categorizzazione del mercato librario di Giuliano Vignini, *cit.*, e quella emergente dal rapporto dell'UFFICIO STUDI AIE - ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI, *L'editoria libraria in Italia*, Roma, Ministero per i beni e le attività culturali, 2002.

riale (ad es. le enciclopedie), la vendita per corrispondenza e, in tempi recenti, il libro venduto insieme al quotidiano (prodotto bundled).

L'editoria italiana di varia, in cui ricadono romanzi contemporanei e saggi di cultura, libri professionali e guide turistiche, classici e opere dedicate al tempo libero, ha in genere tirature medie di circa 4.000 copie. Si tratta di un mercato librario necessariamente ristretto per la consistenza limitata del bacino linguistico dei lettori italofofoni, ma vivace per la quantità di titoli (oltre 50.000, tra nuovi e ristampe) e per il fatturato (3,5 miliardi di euro nel 2003). Voci professionali affermano, con giustificato orgoglio, che rappresenta il settore più importante dell'industria dei contenuti. Il pubblico che interessa l'editoria universitaria è invece più limitato. Globalmente esso riguarda in Italia circa 2 milioni di individui tra iscritti, docenti e personale tecnico, anche se frange di contenuto attirano una clientela più larga di professionisti. La domanda è frammentata secondo i settori disciplinari e si è segmentata ancora di più dopo la riforma universitaria del 2001-2002 e l'attivazione di oltre 3.000 nuovi corsi di laurea triennali e moduli biennali di specializzazione.²⁰ Gli editori che operano in questo settore sono in genere case editrici di piccole e medie dimensioni, che vivono in simbiosi con l'università e che, in seguito alla riforma, hanno totalmente rivisto le loro modalità di produzione, escludendo dal mercato volumi di grosse dimensioni (tesi di dottorato o di abilitazione a concorsi) e prediligendo agili volumi introduttivi di taglio manualistico, tra lo scolastico e l'universitario, dotati di ricchi apparati bibliografici e di interesse per un pubblico di studenti ai primi anni, ma anche di un pubblico colto. Le tirature medie, tradizionalmente ridotte e raramente superiori al migliaio di copie, sono state ulteriormente diminuite, al punto da parlare di microedizioni, quando il titolo serve gruppi sempre più ristretti di studenti.

La domanda di pubblicazioni, indirizzata innanzitutto a una popolazione di 1,7 milioni di studenti, esprime un fatturato stimato intorno ai 115 milioni di euro (dati 2003). Ciò fa dire all'organizzazione ufficiale degli editori che tale domanda, potenzialmente collocabile intorno ai 300 milioni di euro, risulti sostanzialmente erosa per quasi due terzi dal non acquisto, dal ricorso cioè all'usato, ma soprattutto dalla pirateria e dalla reprografia abusiva.²¹ Il confronto con la Gran Bretagna, dove la popolazione studentesca si aggira intorno ai due milioni di studenti e la spesa degli studenti di manualistica universitaria è stata nel 2002/2003 di 175 milioni di sterline, permette di ridimensionare il dato, soprattutto se si tiene conto del fatto che l'editoria britannica si indirizza anche al vasto mercato americano.²² Accanto ai dati economici, fa da sfondo la

cronica immaturità del fenomeno della lettura in Italia, che porta il 17-18% dei laureati a non leggere alcun libro, e lo scarso uso del libro per fini lavorativi e di aggiornamento professionale: mentre infatti solo l'11% degli italiani dichiara di leggere per motivi professionali (e appena il 7% legge più di 13 libri), in Germania, Spagna e Francia questi sono, rispettivamente, il 57%, il 49% e il 38%.²³

La specializzazione delle case editrici che operano nel settore dell'editoria universitaria è piuttosto accentuata, anche se la flessibilità è d'obbligo e numerosi sono i casi di ibridazione. Si tratta di editori medi, piccoli e microeditori, divisibili nelle grandi categorie scienze umane e sociali e STM. Il paesaggio editoriale italiano vede case articolate secondo i seguenti profili di imprese:

- unicamente universitaria (ad es. CLUEB, il Mulino);
- mista di testi e di manuali (Cortina, Hoepli ecc.);
- settoriale (Giuffré, CEDAM ecc.);
- editoria universitaria non di vocazione, ma di fatto (Laterza, Einaudi ecc.);
- stretta correlazione tra mercato universitario e formazione professionale (Il Pensiero scientifico, Masson ecc.).²⁴

Il mercato editoriale italiano presenta, in confronto a quello internazionale, una scarsa presenza delle university press, unità operative universitarie o di enti di ricerca sovvenzionate dagli organismi di appartenenza, ma capaci di operare in condizioni di mercato. Nonostante il nome, le university press non pubblicano esclusivamente i lavori dei ricercatori delle università di appartenenza, ma si sforzano di operare in modo trasversale coinvolgendo i ricercatori di più università. Le anglosassoni hanno una reputazione ben consolidata: case editrici come la Oxford University Press e le university press di Cambridge, Yale, Harvard, Stanford, MIT, non hanno certamente bisogno di presentazione.

Anche le università europee affidano spesso la diffusione delle loro ricerche alle university press. In Francia si contano 32 *presses universitaires*, mentre in Spagna ammonta a ben 25.000 titoli il fondo editoriale della cinquantina di *servicios de publicaciones* e sono 4.000 i nuovi titoli pubblicati ogni anno. Fatto ancora più notevole, i *servicios* sono associati fin dal 1987 nella Asociación de Editoriales Universitarias Españolas (AEUE), che oltre a organizzare corsi di formazione in editoria e a promuovere il fondo editoriale presso le fiere del libro nazionali e internazionali funge da vero e proprio canale di distribuzione con un catalogo unificato e un servizio di vendita online articolato nelle sezioni tematiche di storia, filologia ispanica, storia dell'arte, diritto, scienze sociali e documentazione.²⁵

Un segmento particolare all'interno dell'editoria universitaria italiana è rappresentato dai periodici scientifici. Difficile

²⁰ Il dato sul numero di corsi di laurea biennali e triennali è in CONFERENZA DEI RETTORI DELLE UNIVERSITÀ ITALIANE, *L'università per il paese*, cit.

²¹ Scheda sul convegno "Le università pubblicano" (Roma, 10 dicembre) nell'ambito della terza edizione della fiera della piccola e media editoria "Più libri più liberi"; <<http://www.aie.it/ufficiostampa/visualizza.asp?ID=901>>.

²² FRANCIS FISHWICK, *L'édition universitaire dans le (sic!) Royaume Uni*, relazione letta al Convegno "L'édition de sciences humaines en Europe" (Lyon, 8-9 décembre 2004) (testo dattiloscritto).

²³ Scheda sul convegno "Le università pubblicano", cit.

²⁴ BARBARA CANALINI, *L'édition universitaire en Italie*, relazione letta al Convegno "L'édition de sciences humaines en Europe", cit.

²⁵ <<http://www.aeue.es>>.

stimarne il numero giacché i repertori bibliografici esistenti – primo fra tutti, il *Catalogo dei periodici italiani*, di Roberto Maini²⁶ – e i cataloghi specializzati di ampia consultazione, come lo ACNP, nato negli anni Settanta per iniziativa dell'ISRD-CNR e oggi mantenuto dall'Università di Bologna,²⁷ descrivono le caratteristiche bibliografiche, senza tuttavia effettuare una selezione ragionata per scopi di ricerca.

In un'indagine svolta per il Ministero francese della ricerca abbiamo stimato a quasi 700 (per la precisione, 681) i titoli di periodici pubblicati nell'area delle scienze umane e sociali (*soft pure e applied*, includendo anche discipline come l'economia, il management, il diritto e la geografia).²⁸ Si tratta di un settore dove l'apporto delle università e dei centri culturali è determinante per il controllo di qualità degli articoli (ad es. il peer review), il coordinamento del lavoro di redazione, o la correzione delle bozze. Il supporto istituzionale è talmente importante che circa la metà delle riviste italiane presenti nel nostro campione (287 riviste in scienze umane e sociali su 681, pari al 42% dei titoli) non vedrebbe neppure la luce senza tale forma di supporto. Sostanzialmente collocate nel Nord Italia, le imprese hanno una dimensione piccola o media; il mercato, fortemente atomizzato, ha una tipica configurazione a imbuto rovesciato. I venti editori che pubblicano più di 4 titoli coprono da soli il 40% del mercato e si contano sulla punta delle dita di una sola mano i "giganti" del settore: Franco Angeli, il Mulino e Giuffrè. Nelle figure 2 e 3 è riportata la catena della comunicazione editoriale universitaria nella sua duplice produzione di monografie e periodici.

Come vedremo nel paragrafo dedicato alle politiche pubbliche a favore dell'editoria, va notato il ruolo svolto dalle acquisizioni delle biblioteche, in particolare universitarie, anche se una fetta sempre più consistente della spesa riguarda le pubblicazioni straniere.

Infine, un segmento da trattare separatamente è quello dell'editoria STM. Difficile dire fino a che punto, con le sue basi di dati, le banche informative e i servizi finanziari, essa rientri nell'editoria universitaria o se invece non debba definirsi più propriamente editoria professionale, al servizio cioè di categorie di clienti attivi nel mondo del lavoro. Più facile è invece descriverne la fisionomia, che può essere riassunta nei tratti seguenti:

- una definizione di prodotto che, dovendo tenere in conto la rapidità del progresso scientifico, è incentrata sulla rivista scientifica, il bollettino di informazione e ogni altra forma di pubblicazione che possa comunicare con frequenza regolare i risultati della ricerca (alla stregua di un registro pubblico delle scoperte scientifiche);
- per le riviste, la ricerca di un alto Impact Factor come strategia determinante per conquistare un ruolo centrale nelle acquisizioni bibliotecarie;
- l'uso dell'inglese come lingua di diffusione universale;
- una concentrazione della proprietà in un nucleo di po-

Fig. 2 – Editoria universitaria (monografie): catena di comunicazione

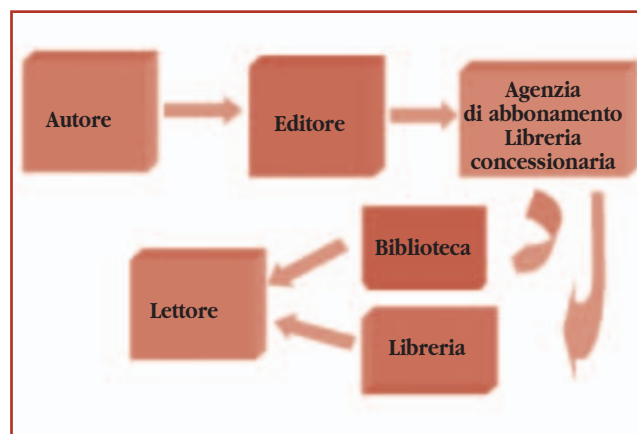
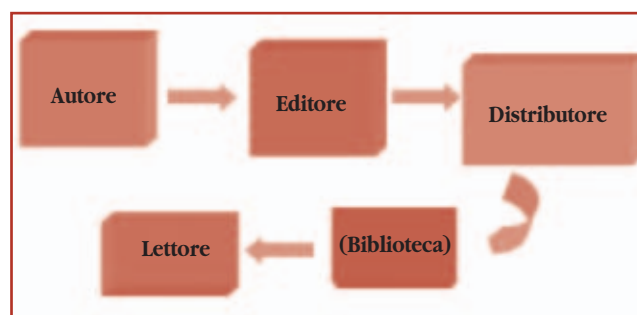


Fig. 3 – Editoria universitaria (periodici): catena di comunicazione



chi gruppi editoriali globali, che presentano un alto livello di capitalizzazione, sono talvolta quotati in borsa e hanno notevoli capacità di investimento;

– l'applicazione massiccia delle tecnologie dell'informazione, grazie alle quali l'offerta editoriale, tradizionalmente individuata nella produzione di riviste, è convertita in una base di dati, in genere di articoli, venduti a condizioni particolari;

– un profilo di impresa di tipo internazionale, con posizione centrale sul mercato editoriale e consolidata attraverso l'acquisizione di altri gruppi in più paesi, operanti con vari marchi sul mercato globale;

– l'integrazione verticale tra editori e distributori avvenuta attraverso l'acquisizione da parte dei primi di agenzie di abbonamento o l'assunzione in proprio della distribuzione, non più delegata a imprese specializzate;

– la ricerca di un mercato di nicchia, in genere rappresentato dalle biblioteche e solo raramente da individui, il che favorisce una trasmissione B2B (business to business) del prodotto e non B2C (business to consumer), ottimale quindi per la vendita su Internet;

– margini medi di profitto in genere di gran lunga supe-

²⁶ ROBERTO MAINI, *Catalogo dei periodici italiani. Con le statistiche della produzione di periodici in Italia*, Milano, Editrice Bibliografica, 2004.

²⁷ Il catalogo è accessibile al seguente indirizzo: <<http://acnp.cib.unibo.it/cgi-ser/start/it/cnr/fp.html>>.

²⁸ GIUSEPPE VITIELLO, *Il mercato delle riviste in scienze umane e sociali in Italia*, cit.

riori a quelli normalmente raggiunti dagli editori di varia (tali margini possono giungere anche al 30-40% dei loro ricavi, contro un margine medio di profitto del 6-10%).²⁹

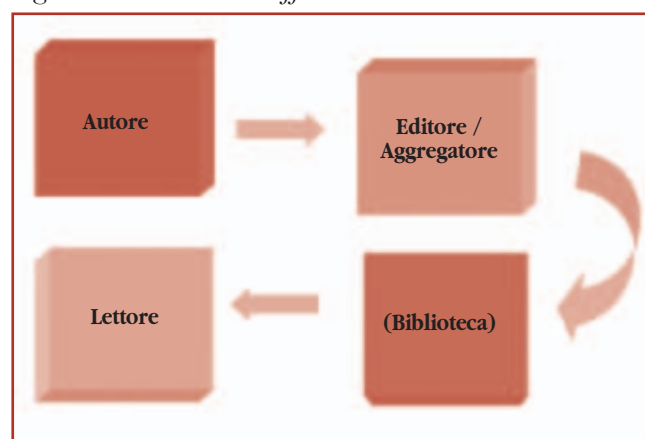
La posizione dominante dell'editoria commerciale STM si è accentuata con l'applicazione delle tecnologie dell'informazione, al punto che ne è risultato radicalmente alterato il circuito della comunicazione scientifica e il processo editoriale. In particolare:

- tutte le fasi di produzione di un articolo (invio da un autore, processo di *peer-reviewing*, editing, validazione finale ecc.) sono ora automatizzate;
- la commercializzazione dei singoli fascicoli di una rivista è stata sostituita dalla vendita di raccolte di articoli;
- il diritto d'autore non riguarda le unità di contenuto (l'articolo, il libro), ma la frequenza d'uso su postazioni dotate di licenza di distribuzione;
- di conseguenza, il business model degli editori STM non è più fondato sull'abbonamento a un titolo di rivista sottoscritto dai clienti, ma sulla frequenza d'uso.

Anche se in modo indiretto, le tecnologie dell'informazione hanno favorito il processo di concentrazione nel mondo editoriale, che mostra ora marcate tendenze all'oligopolio. Il vorticoso succedersi di acquisizioni e fusioni ha portato all'emergere e al consolidarsi di pochi colossi; per dare un'idea il fatturato di Reed- Elsevier, il primo gruppo editoriale STM al mondo, è da solo pari al doppio del fatturato dall'industria editoriale italiana nella sua totalità.³⁰ Ma la conseguenza più forte è probabilmente nel definitivo affermarsi del processo di disintermediazione, grazie al quale i giganti dell'editoria scientifica (come Reed-Elsevier e Wolters Kluwer) si sono liberati dei distributori e hanno aperto portali di accesso in cui le riviste sono, previo pagamento, direttamente a disposizione degli utenti (figura 4).

In questo modo la catena normale della comunicazione editoriale STM si è alleggerita di almeno un anello, mentre

Fig. 4 – Editoria STM: effetti della disintermediazione



le biblioteche si limitano a organizzare il flusso di informazione utile per l'accesso (selezione, abbonamento ecc.) e ad assistere l'utenza, spesso senza neanche provvedere all'immagazzinamento e alla distribuzione del materiale.

L'editoria STM italiana, spesso affiliata a grandi gruppi, è poco presente sul mercato internazionale giacché le sue riviste raramente ottengono un Impact Factor elevato. Essa si dedica alla formazione e all'aggiornamento professionale e raramente alla ricerca. A titolo di esempio, in campo medico sono alcune migliaia i titoli monografici pubblicati in Italia, tra cui primeggiano quelli del Pensiero scientifico (500 titoli), Springer (140 titoli) e Masson Italia (500 titoli), mentre sono 86 le riviste specializzate e censite in Pubmed, il grande motore di ricerca della comunità scientifica medica.³¹

4. La “strozzatura distributiva” e le miserie dell'editoria: rese e invio al macero

Terzo anello: la distribuzione. In un mercato ideale delle pubblicazioni, la fase di distribuzione dovrebbe coincidere con il momento in cui si apre la competizione tra i titoli librari e, insieme a essa, la concorrenza tra gli editori. Tenuto conto della varietà di titoli e della necessità di gestire richieste di quantitativi limitati per molti punti di vendita dispersi sul territorio, essa dovrebbe essere modulare, variabile in funzione del numero di titoli da recapitare, ben supportata da meccanismi bibliografici informativi e indifferente alla dimensione e al peso economico delle imprese. In realtà, i distributori seguono logiche del tutto differenti; per ottimizzare le condizioni di consegna, trasferiscono i volumi più richiesti nell'area geografica di pertinenza, ritardando o lasciando inevasi gli ordini di piccola entità, che appesantiscono le spese di gestione e offrono scarsa redditività.

Già in fase di preselezione dei titoli i sistemi distributivi sono influenzati dalle grandi imprese editoriali, che mirano all'“occupazione” degli scaffali in libreria e alla massima visibilità. Gli altri volumi, quelli cui non è toccato in sorte un acquirente, non hanno praticamente futuro: i contratti firmati dagli editori con i librai ne prevedono la resa; e, piuttosto che pagare due volte lo stesso viaggio per quantitativi minimi di invenduti o organizzare invii dall'incerto futuro, i piccoli editori preferiscono inviare le rimanenze al macero. L'elevata velocità di rotazione in libreria aumenta il numero degli invenduti – e di conseguenza delle rese e degli invii al macero – e trova l'unica soluzione nel decremento delle tirature medie. Ma anche in presenza di più razionali decisioni in fase di produzione, la “strozzatura distributiva”,³² difficilmente compatibile con un'economia sostenibile del libro, si realizza attraverso la concorrenza di due fattori concomitanti: da un lato, la rinuncia del libraio

²⁹ GIUSEPPE VITIELLO, *La comunicazione scientifica e il suo mercato*, “Biblioteche oggi”, 21 (2003), 5, p. 37-57.

³⁰ Il fatturato di Elsevier è stato nel 2003 di 7,1 miliardi di euro, contro un fatturato globale del mercato librario italiano di 3,5 miliardi di euro.

³¹ Ringrazio Lisa Reggiani per avermi fornito questa informazione.

³² L'espressione è di SETTIMIO PAOLO CAVALLI, *Il marketing librario. Comunicare e promuovere il prodotto editoriale*, Milano, Editrice Bibliografica, 1999, p. 127.

a effettuare il processo di selezione facendosi passivo esecutore di decisioni prese dai distributori e, dall'altro, una situazione di "cartello", dove è evidente una posizione dominante di alcune case editrici nel circuito librario – ad esempio, Mondadori, Feltrinelli, RCS, che gestiscono propri punti di vendita o metri di scaffali negli ipermercati – o, al contrario, dei gruppi distributivi che controllano case editrici e librerie, come le Messaggerie Italiane, proprietarie del gruppo Longanesi e di Internet Bookshop.

Il punto archimedeo della catena della comunicazione editoriale non è quindi nella relazione autore/editore e neanche – come sarebbe auspicabile in una situazione di concorrenza perfetta regolata dalla "mano invisibile" del mercato – nel consumatore finale. Esso è nella posizione di forza dei grandi gruppi editoriali e distributivi, che tenderanno a privilegiare l'informazione riguardante alcuni editori, e non altri, che "spingeranno" alcuni titoli per i quali hanno maggiore interesse alla vendita, o che moltiplicheranno i titoli su uno stesso argomento secondo politiche di marketing per cui "due libri valgono più di uno", giacché occupano più spazio in libreria e danno l'impressione che il filone "tiri".³³ La concentrazione delle imprese e l'integrazione verticale tra produzione e distribuzione è una caratteristica globale e ha raggiunto un livello preoccupante non solo nel mercato anglosassone, ma anche in quello francese, dove è di recente intervenuta la Commissione europea per impedire l'abuso di posizione dominante del gruppo Hachette. La Commissione, che già in passato aveva posto il veto alla fusione tra Reed-Elsevier e Wolters Kluwer, suo più diretto concorrente, ha giudicato che l'acquisizione da parte di Hachette del numero due dell'editoria francese, Vivendi Universal Publishing, avrebbe permesso al gruppo di fissare i prezzi nella distribuzione e dunque i margini di profitto degli attori della catena.³⁴

Forte anche nel settore dei media francesi (Hachette Filipacchi Media), Hachette realizza attivamente quella che viene definita "promozione incrociata di interessi economici", ossia l'amplificazione degli eventi editoriali grazie ai media appartenenti allo stesso gruppo. Anche nei paesi anglosassoni la proprietà editoriale non fa più differenza tra informazione e comunicazione. Murdoch, proprietario della News Corporation, associa un patrimonio cinematografico (Twentieth-Century Fox) a un impero giornalistico ("Sun", "New York Post") a un gigante editoriale (Harper Collins). Holtzbrinck, il secondo gruppo editoriale tedesco, ha acquistato le più prestigiose case editrici statunitensi e inglesi (Farrar, Strauss and Giroux, Henry Holt, Macmillan ecc.) ed è forte nel settore della stampa finanziaria ("Handelsblatt", "Wall Street Journal Europe").³⁵ La "promozione incrociata" è un problema anche italiano, sia

perché case editrici e canali televisivi detenuti dalla stessa proprietà realizzano significative economie di scala attraverso la condivisione di un unico apparato di *star system* (ad es. i protagonisti degli spettacoli Mediaset reclutati dalla "scuderia" Mondadori), sia perché la proprietà comune editoriale di libri e di periodici consente un secondo mercato per volumi il cui ciclo di rotazione in libreria è al termine (ad es. gli autori Rizzoli abbinati alle vendite del "Corriere della sera").

E l'editoria universitaria? La sua distribuzione è complicata dal fatto che essa deve prevedere un doppio circuito: librario e bibliotecario. In mancanza di una rete organizzata di punti vendita specializzati, non sono molti gli editori universitari che riescono a pervenire in libreria, anche se le acquisizioni effettuate dalle biblioteche universitarie italiane costituiscono uno sbocco efficace, in particolare dopo l'approvazione della legislazione che limita la riproduzione abusiva per mezzo di fotocopie.

Va notato inoltre che la distribuzione delle riviste di scienze umane e sociali, generalmente assenti in libreria, è quasi completamente affidata al settore privato (oltre il 90%), a differenza di Francia e Spagna dove la percentuale di distribuzione assunta dal settore pubblico è, rispettivamente, del 60% e di oltre l'80%.³⁶ Difficile credere che il settore imprenditoriale sia stato disposto ad assumersi il rischio di organizzare la circolazione di pubblicazioni a forte valenza culturale, ma con scarse capacità di diffusione. È possibile che tale differenziale, interpretabile probabilmente come editoria sovvenzionata, corrisponda a una fase storica in cui la mancanza di autonomia amministrativa e contabile delle università italiane non permetteva una distribuzione in proprio. Oggi essa rappresenta un freno alla mutazione verso il supporto elettronico: quale editore investirebbe infatti in una rivista di cui non possiede il marchio?

5. Prima parentesi: valutazione della ricerca e analisi delle citazioni

Strano destino, quello della valutazione della ricerca in Italia. Attività segreta e sicuramente snobbata fino a poco tempo fa, essa ha assunto un carattere di centralità dovuto, da un lato, alla preoccupazione di attribuire parametri unici di riferimento per inquadrare la carriera dei ricercatori, dall'altro, alla necessità di individuare un indicatore sistematico di efficienza per l'allocazione delle risorse economiche.

Tra le tecniche utilizzate un posto di primo piano è occupato dagli strumenti bibliometrici, un complesso di indicatori che costituisce forse l'unico prestito effettuato dalla teoria biblioteconomica (una scienza *soft applied*, quindi importatri-

³³ Si vedano le osservazioni di JANINE BRÉMOND – GREG BRÉMOND, *Editoria condizionata*, Milano, Sylvestre Bonnard, 2003.

³⁴ La prestigiosa rivista "Esprit" ha dedicato buona parte di un suo numero speciale al caso Hachette-Vivendi Universal Publishing; cfr. *Malaise dans l'édition*, "Esprit", 295, juin 2003, p. 40-188.

³⁵ JOHN FEATHER, *Communicating knowledge. Publishing in the 21st century*, München, K.G. Saur, 2003.

³⁶ GHISLAINE CHARTRON, *Etude comparative des revues SHS France/Espagne/Italie. Eléments de comparaison*, relazione letta al Convegno "L'édition de sciences humaines en Europe", cit.

ce di metodologie) alle altre scienze. Tali strumenti servono ad usi assai disparati, che vanno dalla valutazione della capacità scientifica di un paese e, al suo interno, di comunità geografiche, amministrative o disciplinari, agli apporti internazionali e alle dinamiche demografiche di produzione della ricerca.³⁷ Lo strumento più importante è senza dubbio l'Impact Factor, un sistema di misurazione che determina la frequenza attraverso cui un articolo viene citato in un determinato periodo.³⁸ Vanno inoltre menzionati il peer review, indicatore di qualità utilizzato nella selezione degli articoli pubblicabili, e, in ambiente elettronico, una tecnica di sicuro avvenire, l'*open linking*, servizio di referenza offerto dagli aggregatori che trasforma le citazioni in hyperlink e consente ai ricercatori di navigare online da articolo a articolo, indipendentemente dalla rivista e dalla casa editrice.³⁹

Malgrado la sua diffusione, l'Impact Factor è uno strumento bibliometrico piuttosto contestato. Molti autori citano per convenienza e non per il credito assegnato a un lavoro, altri sviluppano reti citazionali per avvantaggiare i membri di un circolo legato a scuole disciplinari, per non parlare dell'autocitazione e dei limiti tecnici della base ISI, talvolta incapace di individuare persino le omonimie. Il *Journal citation report*, la base dati ISI in cui vengono indicate le riviste con Impact Factor più elevato, non permette le comparazioni tra lavori di diversi campi disciplinari, esclude di fatto i lavori che non siano in lingua inglese ed è praticamente inapplicabile nell'ambito delle scienze umane e sociali.⁴⁰ E come se non bastasse, la società che lo produce, la Thomson ISI, agisce in regime di monopolio. Malgrado ciò, l'Impact Factor rappresenta l'unico strumento che permetta di valutare la ricerca su una base qualitativa più solida della valutazione individuale, al punto che il suo uso è dilagato anche fuori dal campo accademico: gli editori e i fornitori di informazioni ne fanno strumento privilegiato di ricerca di mercato, le agenzie di pubblicità lo usano per fissare le loro tariffe su base discriminatoria, mentre le università e i ministeri, calcolando la produttività e il prestigio dei propri ricercatori, ne determinano la carriera e i relativi salari.

Un uso più bilanciato degli indicatori bibliometrici è tuttavia possibile. Il CIVR (Comitato di indirizzo per la valutazione della ricerca), ad esempio, ha pubblicato delle *Linee guida* con indicatori relativi a macroaree di performance (risorse umane e finanziarie, numero di pubblicazioni) associati a indicatori che entrano nel merito della qualità dei lavori (i bibliometrici, appunto). I criteri adottati associano qualità,

rilevanza e originalità della ricerca, sua internazionalizzazione, impatto socio-economico e capacità di attrarre altre risorse.⁴¹ Similmente, la CRUI (Conferenza dei rettori delle università italiane) ha predisposto una parametrizzazione della valutazione della ricerca sulla base del tipo e del luogo della pubblicazione, con valori che vanno da 1 a 10 per pubblicazioni su riviste con elevato Impact Factor, da 1 a 12 per libri editi in Italia o all'estero, da 0,1 a 4 per atti di congresso, da 0,5 a 5 e da 0,2 a 3 per articoli, rispettivamente, inseriti o non inseriti nel *Journal citation report*.⁴²

Fino a che punto è dunque giustificata la critica dell'Impact Factor? Si è già detto che esso contraddistingue il circolo ristretto dei *core journals*, il nucleo essenziale di pubblicazioni indispensabile alla formazione di ogni collezione bibliotecaria. È vero che i grandi gruppi STM hanno identificato in tale nucleo la nicchia di mercato "anelastico" in cui insediarsi per imporre i loro prezzi alle biblioteche e massimizzare in questo modo i profitti. Sarebbe però scambiare il mezzo con il fine contestare la valutazione della ricerca fondata su applicazioni bibliometriche per intaccare l'oligopolio dei grandi gruppi editoriali. La diversità di espressione e il regime di concorrenza nella comunicazione scientifica si ottiene incrementando l'offerta specializzata e qualificata di contenuti e integrando le fonti informative, come vedremo nel paragrafo dedicato all'editoria "alternativa".

6. Seconda parentesi: come le nuove tecnologie hanno modificato, ma di poco, l'editoria universitaria italiana

Già verso la fine degli anni Novanta, mentre il mondo intero si cullava nelle illusioni della "nuova economia" e si appassionava alle vicissitudini sentimentali dell'uomo di governo più potente del pianeta, l'editoria STM internazionale si orientava definitivamente verso il supporto elettronico. A modo suo, vale a dire seguendo l'indicatore positivo dell'incremento di fatturato, aveva attuato una delle trasformazioni più radicali del modello di distribuzione della parola scritta dall'epoca di Gutenberg, facendo, al pari delle compagnie Telecom e di trasporto aereo low-cost, grossi passi in avanti sulla via della disintermediazione e cambiando radicalmente i suoi modelli economici e giuridici.⁴³ La vendita di periodici su abbonamento è oggi stata sostituita dalle aggregazioni di articoli scientifici, un tempo dispersi in mol-

³⁷ DANIELE ARCHIBUGI, *Cbi ha paura della bibliometria?*, in ADRIANA VALENTE – DANIELA LUZI, *Partecipare la scienza*, Roma, Binklink, 2004, p. 37-49.

³⁸ L'amministrazione dell'Impact Factor è dell'ISI (Institute for Scientific Information), che lo rende disponibile come ISI Web of Knowledge, < <http://www.isinet.com/isi/>; la proprietà appartiene a Thomson, uno dei maggiori gruppi commerciali STM. Sugli indicatori bibliometrici invecchiato, ma sempre valido, è il contributo di ADRIANA DRACOS – GAETANA COGNETTI, *La letteratura scientifica: indicatori bibliometrici e bibliografici quali criteri integrativi per la valutazione obiettiva di un'attività di ricerca*, "Annali dell'Istituto superiore di sanità", 31 (1995), 3, p. 381-390; più recente: ROSA DI CESARE, *Alcune riflessioni su bibliometria e analisi delle citazioni*, in *Trasmissione d'élite o accesso alle conoscenze? Percorsi e contesti della documentazione e comunicazione scientifica*, a cura di Adriana Valente, Milano, Franco Angeli, 2002, p. 131-150.

³⁹ ANNA MARIA TAMMARO, *Indicatori di qualità delle pubblicazioni scientifiche ed open access*, in *Partecipare la scienza*, cit., p. 51-89.

⁴⁰ ADRIANA DRACOS – GAETANA COGNETTI, *La letteratura scientifica...*, cit.

⁴¹ <<http://www.civr.it/>>.

⁴² Ringrazio Rosaria Rosanna Cammarano, Adriana Dracos e Elisabetta Poltronieri per le loro cortesi informazioni.

⁴³ Eccellente la ricostruzione di JEAN-CLAUDE GUÉDON, *In Oldenburg's long shadow: librarians, research scientists, publishers, and the control of scientific publishing* (May 2001), <<http://www.arl.org/arl/proceedings/138/guedon.html>>.

ti periodici, che sono commercializzati nei modi più vari. Sono stati contati almeno tredici modelli di prezzo, che vanno dall'abbonamento cartaceo + una percentuale aggiuntiva per la versione elettronica (print + electronic) al suo contrario (electronic + print), dal canone annuale calcolato sulla base delle dimensioni dell'utenza o del numero degli utenti simultaneamente collegati alla base di articoli oppure ancora al canone annuale per una quota prestabilita di articoli scaricabili o di titoli elettronici.⁴⁴

Nel 1999 gli editori italiani ancora discettevano della morte e trasfigurazione del libro nel digitale. In questa atmosfera di timide sperimentazioni e di scettiche convinzioni, due iniziative dovevano lanciare il sasso nello stagno e aprire la breccia digitale, agendo al tempo stesso da magneti per nuove idee: la creazione, in seno all'Università di Firenze, della Firenze University Press, e la costituzione, qualche anno più tardi, dell'agenzia europea MEDRA, distributrice del DOI (Digital Object Identifier).

Come è nata la Firenze University Press? I prodromi della sua creazione sono da ricercare in una serie di articoli pubblicati su questa stessa rivista, che riferivano della battaglia di resistenza contro l'editoria commerciale multinazionale, degli effetti perversi dell'Impact Factor, delle promesse del digitale.⁴⁵ Tali articoli erano accompagnati da una accurata, e per qualche aspetto perfida, analisi delle spese sostenute dall'Università di Firenze per sovvenzionare la diffusione delle proprie ricerche.⁴⁶ Articoli e studio erano passati inosservati, ma non la decisione del Senato dell'Università di Firenze, che decideva, appunto nel 1999, di creare una university press basata su un sistema totalmente elettronico di produzione e distribuzione delle pubblicazioni e sull'accesso libero, anche se a pagamento per la versione cartacea.

Tale iniziativa ha conturbato l'editoria universitaria italiana per una serie di ragioni. Primo: un'amministrazione pubblica, pur se di ottima reputazione, ha osato invadere un dominio riservato esclusivamente al settore privato. Secondo: la Firenze University Press è stata realizzata nel giro di appena un anno (1999-2000), in perfetta concomitanza con i tempi di transizione all'elettronico scelti dalle grandi major STM internazionali; nel 2005, essa può vantare un fondo editoriale di oltre cento titoli di monografie e di quindici periodici. Terzo: tutto ciò è accaduto nel Centro Italia, uno dei distretti editoriali con maggiore tradizione in scienze umane e sociali. Unità di tempo, di luogo e di azione.

Qualche anno dopo, un'altra iniziativa doveva marcare a fondo il paesaggio editoriale italiano: quella dell'agenzia eu-

ropea MEDRA, promossa dall'Associazione italiana editori e riguardante il DOI, un identificatore non di formati librari (come è ISBN per il libro e ISSN per il periodico), ma di oggetti digitali.⁴⁷ Agenzia affiliata all'International DOI Foundation (1998), essa si propone l'utilizzo del DOI per la citazione persistente di documenti su Internet (che non cambiano il loro indirizzo a ogni variazione di URL), per la definizione delle entità protette dal diritto d'autore e per la certificazione del deposito di materiale elettronico. Finanziata come progetto europeo, MEDRA ha operato in via sperimentale nel 2003-2004, prima di essere del tutto operativa.⁴⁸ L'ambizione dell'Associazione italiana editori, partner principale dell'agenzia MEDRA, è di dare vita a una piattaforma di gestione dei diritti digitali (*digital right management*), che possa "seguire" l'oggetto nelle sue transazioni, in combinazione e in interoperabilità con altri identificatori: un capitolo di un libro, ad esempio, potrebbe essere identificato da un DOI e associato allo ISBN del libro stesso. L'assegnazione di DOI in Italia resta comunque limitata a poche decine di migliaia; ben lontana, quindi dalla decina di milioni di DOI assegnati a livello internazionale dalla potente agenzia DOI Crossref.

Entrambe le iniziative hanno catalizzato il cambiamento nella comunità accademica, editoriale e bibliotecaria. La Firenze University Press ha meritato l'interesse di attori pubblici – le università – e di privati, primo fra tutti Casalini, un'agenzia di distribuzione di libri italiani all'estero che, alla ricerca di nuove identità, ha colto questa sperimentazione come un'opportunità per testare le nuove vie del digitale. Da parte sua, MEDRA ha favorito la sensibilizzazione del mondo editoriale su un modello di sviluppo del digitale aperto a ogni entità, e non solo ai grandi gruppi STM.

Le due iniziative hanno dato i loro frutti in particolare nell'editoria periodica italiana in scienze umane e sociali. Franco Angeli e il Mulino vendono oggi gli articoli delle proprie riviste elettroniche all'unità, con sconti per quantitativi di articoli più consistenti. Editoria Italiana online di Casalini richiede un canone annuale per la versione elettronica di un pacchetto di monografie o di titoli di periodici.⁴⁹ Il ritorno economico per l'editore partecipante è calcolato in funzione del numero di downloading effettuati dagli abbonati. Vanno segnalati anche i tentativi di vendita online di alcuni editori (Castelvecchi, Biblioplus, Bibliolink...).

Il mezzo elettronico non è utilizzato dagli editori unicamente per vendere prodotti, ma anche per offrire servizi: di successo è ad esempio l'iniziativa "Aulaweb", uno spa-

⁴⁴ Ringrazio Luca Burioni per avermi fatto parte delle sue riflessioni.

⁴⁵ ANNA MARIA TAMMARO, *Modelli economici per i periodici elettronici: che fare di fronte alla spirale dei costi*, "Biblioteche oggi", 16 (1998), 5, p. 58-63; ID., *La comunicazione scientifica e il ruolo delle biblioteche: verso sistemi alternativi di pubblicazione*, "Biblioteche oggi", 17 (1999), 8, p. 78-82.

⁴⁶ FIRENZE UNIVERSITY PRESS, *Editoria scientifica dell'Università di Firenze. Progetto di riorganizzazione*, proposta a cura di Anna Maria Tammaro (30 ottobre 1999); visibile al sito <<http://eprss.unifi.it/documenti/ProgettoFUP.rtf>>.

⁴⁷ GIUSEPPE VITIELLO, *Identifiers and identification systems*, "D-Lib Magazine", 10 (2004), 1, <<http://www.dlib.org/dlib/january04/vitiello/01vitiello.html>>; in italiano *L'identificazione degli identificatori*, "Biblioteche oggi", 22 (2004), p. 301-312.

⁴⁸ <<http://www.medra.org>>.

⁴⁹ <<http://www.casalini.it/>>. Editoria Italiana online offre l'accesso a una base di oltre mille titoli di monografie e di circa 150 riviste di case editrici di piccola e media dimensione, le quali riescono così a risolvere, almeno parzialmente, il problema della "strozzatura distributiva".

zio in rete del Mulino, che raccoglie materiali eterogenei a integrazione dei contenuti manualistici. L'aggiornamento online dei propri manuali è peraltro una strada che molte case editrici universitarie attualmente stanno percorrendo. Ma è soprattutto nell'ambito dell'utenza che si registrano i cambiamenti più spettacolari. Ci riferiamo in particolare alle reti di consorzi, realtà permanente del paesaggio bibliotecario di ogni paese. A differenza della Francia, dove esiste un solo consorzio nazionale (COUPERIN), in Italia ve ne sono tre, classificabili secondo due tipologie di approccio. La prima organizza direttamente per conto delle biblioteche l'acquisizione di licenze e la gestione di risorse elettroniche: si tratta dei consorzi CILEA, a Milano, e CASPUR, a Roma. La seconda, senza gestire direttamente le risorse, si serve di un consulente per negoziare contratti vantaggiosi per le biblioteche associate, lasciandole libere di fissare la propria piattaforma tecnologica. Tutti i consorzi, infine, sono riuniti in un foro di discussione denominato INFER.⁵⁰

7. Una pagina che meriterebbe di essere bianca: il sostegno dei poteri pubblici

Ultimo anello: le politiche pubbliche a favore dell'editoria. Ogni paese europeo, pur se di tradizione liberale, pone al centro della sua azione la diffusione della parola scritta al fine di garantire la diversità delle opinioni e delle espressioni. In economia della cultura il settore librario è anzi un modello di riferimento per le misure di carattere giuridico e fiscale (ad es. la riduzione dell'IVA sul prezzo del libro) o per le azioni "positive" atte a stimolare la domanda di lettura.⁵¹ In linea generale, tali provvedimenti possono essere suddivisi in cinque macrocategorie:

- provvedimenti giuridici (riguardanti in particolare la protezione della proprietà intellettuale);
- provvedimenti di carattere fiscale (riduzione IVA, esenzione fiscale sull'importazione di libri);
- provvedimenti di regolamentazione della domanda (buoni d'acquisto di libri scolastici, prezzo fisso del libro, acquisizioni massicce effettuate dalle biblioteche);
- sovvenzioni accordate alla produzione di contenuti (sostegno a progetti di pubblicazioni);
- sostegno a case editrici e librerie (riduzione tasse postali ecc.; formazione ecc.).

I governi italiani, tradizionalmente ostili a una politica culturale "forte" che potesse richiamare le esperienze del Minculpop di memoria fascista, non hanno mai trasformato le misure di sostegno in strategie coerenti. Se i provvedimenti di carattere giuridico e fiscale sono stati adottati in

osservanza alle regolamentazioni internazionali (Convenzione di Berna, Direttiva dell'Unione europea sul diritto d'autore nella società dell'informazione), non vi è mai stato un organismo di raccordo capace di impostare un coordinamento tra le diverse azioni a favore del libro e delle biblioteche, la cui politica di finanziamento è peraltro di competenza degli enti regionali e locali.

Sul versante dell'offerta editoriale universitaria, ad esempio, il ruolo di protagonista non è stato svolto dal Ministero per i beni e le attività culturali, ma dalle università che, con propri contributi, facilitano la stampa di opere di valore accademico, ma di scarso impatto sul mercato. Difficile quantificare la spesa. Come si è detto, su un campione di 681 riviste in scienze umane e sociali, ben 287 (42%) non vedrebbero la luce senza il sostegno delle istituzioni. A mia conoscenza, il solo studio sistematico sulla spesa per attività di pubblicazione è quello realizzato dall'Università di Firenze nel 1999, che quantificava in 810 milioni di lire (418.388,00 euro) il sostegno accordato nel 1996 alla stampa di 150 pubblicazioni (libri e riviste). Tale spesa saliva nel 1998 a 1.367.889.000 lire (706.554,00 euro). L'indagine accertava inoltre che 26 riviste erano direttamente prodotte dall'università e ne utilizzavano personale e strutture, e ben 478 redazioni di riviste avevano sede nella stessa università, cui versavano un fitto per l'occupazione dei locali e l'utilizzo dell'infrastruttura.⁵²

Sul versante della domanda, e contrariamente a un'opinione corrente, le biblioteche universitarie italiane acquistano libri in modo rilevante e comunque in misura percentuale non minore che in altri paesi. In Gran Bretagna, ad esempio, le biblioteche universitarie hanno comprato libri e riviste per 85 milioni di sterline nel 2002-2003 (da notare che l'aumento del prezzo delle riviste è stato del 72% in appena tre anni, 1999-2000 e 2002-2003).⁵³ In Italia due rilevazioni successive mostrano una spesa complessiva di 162.799.000.000 di lire per il 1996-1997 (pari a circa 84 milioni di euro) e di 114.575.692,00 euro per il 2002. La spesa pro capite di acquisizione di risorse bibliografiche è di 47 sterline nel Regno Unito (pari a 68,93 euro), non troppo lontana da quella emersa dall'indagine italiana, che accerta un valore di 60,54 euro.⁵⁴

Sul fronte dell'editoria universitaria vanno inoltre menzionati gli investimenti realizzati per l'elaborazione di progetti legati alla costituzione di archivi aperti nelle università di Trento, Bologna, Firenze e Padova. I costi della Firenze University Press sono stati di 149.996.078 lire nel 2000 (circa 78.000,00 euro), gran parte dei quali di avviamento, e sono scesi a 122.000.000 di lire (circa 63.500,00 euro) nel 2001 (con entrate pari a circa 40.000,00 euro).

⁵⁰ TOMMASO GIORDANO, *Consorzi per la condivisione di risorse informative elettroniche*, "Biblioteche oggi", 19 (2001), 7, p. 16-26.

⁵¹ ALVARO GARZON, *National book policy. A guide for users in the field*, Paris, UNESCO, 1997; cfr. anche FRANÇOIS ROUET, *VAT and book policy: impacts and issues*, Strasbourg, Council of Europe, 1999.

⁵² FIRENZE UNIVERSITY PRESS, *Editoria scientifica dell'Università di Firenze*, cit.

⁵³ FRANCIS FISHWICK, *L'édition universitaire*, cit.

⁵⁴ MINISTERO DELL'ISTRUZIONE, DELL'UNIVERSITÀ E DELLA RICERCA. COMITATO NAZIONALE PER LA VALUTAZIONE DEL SISTEMA UNIVERSITARIO, *Misurazione e valutazione dell'offerta bibliotecaria degli atenei italiani*, aprile 2004, <http://www.cnvsu.it/_library/downloadfile.asp?id=11232> e MINISTERO DELL'UNIVERSITÀ E DELLA RICERCA SCIENTIFICA E TECNOLOGICA. OSSERVATORIO PER LA VALUTAZIONE DEL SISTEMA UNIVERSITARIO, *Misurazione e valutazione delle biblioteche universitarie. Rapporto preliminare del gruppo di ricerca*, gennaio 1999, <<http://www.murst.it/osservatorio/rdr-0199.rtf>>.

Le università quindi, da un lato, finanziano l'editoria universitaria privata e, dall'altro, destinano una buona percentuale delle loro risorse alle acquisizioni operate dalle biblioteche; una parte di esse, inoltre, si sta orientando verso la creazione di dipartimenti editoriali interni che offrono pubblicazioni ad accesso aperto. Può parlarsi di strategia globale coerente? Vale ancora la pena di investire nel rilancio della catena tradizionale esternalizzata di produzione e distribuzione dell'editoria universitaria, con i suoi costi e le sue barriere, facendo leva sulla professionalità dei suoi attori e sulla loro propensione al rischio? Oppure sarebbe il momento di imprimere una svolta e orientarsi decisamente verso una rivoluzione dei modelli, puntando su un paradigma giuridico-economico in cui è l'istituzione a sovvenzionare i costi della pubblicazione mettendo gratuitamente a disposizione il suo contenuto?

8. L'editoria "alternativa" in Italia. Perché, malgrado i suoi limiti, è tra le più avanzate in Europa

Siamo infine giunti al capitolo riguardante l'editoria "alternativa", il cui sviluppo è ben documentato in Italia da una folta letteratura.⁵⁵ Nonostante ciò, o forse proprio per questo, la diffusione rapida di una terminologia di importazione ha creato larghe zone di ambiguità in cui nozioni diverse tra loro come university press, archivi aperti (o depositi istituzionali) e accesso aperto sono utilizzati in modo interscambiabile. Non solo; una ulteriore confusione terminologica si profila all'orizzonte: quella tra "data provider" e "service provider". Cerchiamo di mettere un po' di ordine in tale proliferazione concettuale.

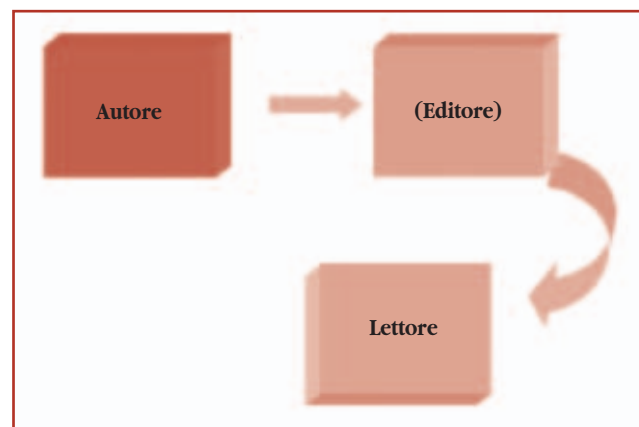
Le university press sono unità operative o dipartimenti posti negli organismi universitari e negli enti di ricerca che hanno la missione di diffondere pubblicazioni il cui contenuto squisitamente accademico si suppone sia destinato a un pubblico estremamente specializzato. La loro origine è causata dal "fallimento del mercato": non essendo quello universitario un segmento in cui sussistono ragionevoli aspettative di profitto, l'operatore pubblico internalizza il lavoro di edizione facendolo curare da propri addetti, oppure stimola l'intervento dell'operatore privato creando società non aventi fini di lucro o a capitale misto pubblico-privato. La differenza fondamentale tra una university press e una casa editrice privata a orientamento universitario risiede unicamente nel fatto che le prime sono sovvenzionate dagli organismi istituzionali di appartenenza; entrambe però fanno del diritto d'autore il perno del loro modello economico (anche se i benefici monetizzabili per gli autori sono in genere nulli o trascurabili) e ammettono il principio che la conoscenza si trasmette garantendo un incentivo economico per i produttori.

Vi sono evidenti differenze tra i prestigiosi organismi anglosassoni e i parenti poveri francesi e spagnoli. I primi, in-

fatti, non solo godono del beneficio di un mercato globale e di una reputazione senza macchia, ma si affermano anche grazie alla presenza di un circuito di librerie specializzate (*campus bookshops*) del tutto separato dalle librerie dette "di assortimento". In Francia e in Spagna il settore privato lamenta la concorrenza sleale delle university press, anche se le polemiche si accendono solo quando queste ultime abbandonano la propria nicchia marginale e brillano per dinamismo, minacciando da vicino le posizioni del settore privato. In Italia una university press di questo tipo è ad esempio quella realizzata dalle Edizioni Plus, frutto di un accordo tra un editore (Pacini) e l'Università di Pisa.

Accesso aperto – e il suo strumento tecnologico, l'archivio aperto (*open archive*) – è invece un modello di editoria radicalmente alternativo che si sviluppa su tre fronti: tecnologico, editoriale e politico-istituzionale. Il tecnologico comprende il ben noto Open Archives Metadata Harvesting Protocol (MHP), che favorisce l'archiviazione delle opere eseguita dagli autori stessi in depositi liberamente accessibili in rete (dove la terminologia di "archivio aperto") ed è ormai adottato da freeware molto diffusi nelle biblioteche di ricerca, dai pionieri E-print e CDSware, elaborati rispettivamente dall'università di Southampton e dal CERN di Ginevra, al raffinato DSpace del MIT. Grazie al protocollo MHP (più comunemente detto OAI) un utente è abilitato alla ricerca simultanea in più depositi di collezioni elettroniche interoperabili tra loro.⁵⁶ Il fronte editoriale si sviluppa lungo una strategia articolata secondo una duplice direzione. Da un lato, si assiste a una mutazione radicale del modello economico-giuridico, non più strutturato intorno al paradigma del diritto d'autore, ma incentrato sul cosiddetto *author-pay model*, in cui il cliente (ma sarebbe meglio dire, l'utente) dispone liberamente della conoscenza e i costi sono coperti dall'organismo di appartenenza. Dall'altro, si sviluppa una catena della comunicazione editoriale in cui la disintermediazione si fa totale e gli autori trasmettono direttamente le loro ricerche ai ricercatori, come appare chiaro nella figura 5. L'iniziativa

Fig. 5 – Accesso aperto in editoria universitaria: catena di comunicazione



⁵⁵ Si veda l'eccellente sito: <<http://www.infer.it/edisci.html>>.

⁵⁶ <<http://www.openarchives.org>>.

più celebre di open access è quella di ArXiv, un deposito di e-print nel campo della fisica delle alte energie avviato dal centro di Los Alamos nei primi anni Novanta e ora mantenuto dall'Università di Cornell. Una variante, che ammette però la presenza di una casa editrice *sui generis*, è BioMed central, nata da una costola dei National Institutes of Health. Pur condividendo lo stesso modello di business (*l'author-pay model*), vi è una notevole differenza tra le due esperienze. La prima è un deposito liberamente accessibile di lavori che saranno poi pubblicati in riviste STM (*pre-prints*). BioMed, al contrario, utilizza lo stesso armamentario scientifico dei *core journals* – qualità della pubblicazione garantita dal peer review e Impact Factor – anche se, rendendo liberamente accessibile il suo contenuto, fa della conoscenza un bene pubblico, esaltandone così le caratteristiche di bene non rivale.

Infine, il fronte politico-istituzionale è evidenziato dalla straordinaria e per certi versi sorprendente mobilitazione della comunità dei ricercatori, i quali, grazie anche all'attivo supporto degli organismi di appartenenza e a iniziative non profit (come quella stimolata dal finanziere filantropo Gorge Soros), hanno intrapreso imponenti campagne di sensibilizzazione culminate nella Public Library of Science e nel suo equivalente europeo, la Dichiarazione di Berlino, entrambe indirizzate alla creazione di una nuova "economia politica delle pubblicazioni scientifiche".⁵⁷

Un ulteriore concetto da disambiguare è la distinzione tra "data provider" e "service provider", oggi utilizzata per segnalare la differenza tra i creatori di depositi istituzionali (archivi aperti) e i fornitori di servizi derivati dagli stessi depositi. Mentre i primi si limitano al trattamento delle conoscenze prodotte a livello istituzionale e al loro inserimento in un archivio in libero accesso, i secondi articolano l'offerta di contenuti in collezioni e servizi orientati a comunità di ricercatori secondo le loro esigenze specifiche (si tratta del concetto cui si informa appunto il freeware DSpace). La distinzione tra data provider e service provider è senz'altro rilevante se vista all'interno dell'universo OAI, ma è poco innovativa dal punto di vista funzionale. I servizi che i provider sono chiamati a realizzare sono né più né meno quelli che, dal tempo di Gutenberg, gli editori, e prima di loro i *compilatores* di bonaventuriana memoria, hanno da sempre fornito: scoprire autori, temi e formule editoriali e presentare i contenuti in modo tale da attrarre l'interesse del pubblico cui essi sono destinati. Si tratta in primo luogo di elaborare aggregazioni di pubblicazioni di contenuto affine e di sviluppare collezioni, facendone il luogo di formazione di sensibilità culturali in cui da sempre, in Italia come in altri paesi, si affermano gli editori universitari "protagonisti": Einaudi, Laterza, Il Saggiatore ecc.⁵⁸

Cerchiamo ora di inquadrare le esperienze italiane di open access nel quadro concettuale appena tracciato. L'editoria "alternativa" italiana nasce in qualche modo già adulta e armata. Nonostante il nome, infatti, la Firenze University Press, antesignana dell'open access in Italia, non ha niente a che vedere con le *presses universitaires* e i *servicios de publicaciones* che prosperano, vivono o vivacchiano all'ombra della propria istituzione madre, nei confronti dei quali può vantare un vantaggio in almeno quattro punti.

Il primo punto è un fondamento giuridico non basato sulla cessione in esclusiva dei diritti patrimoniali da un autore a un editore, come le university press tradizionali, ma su una concezione modulare del diritto d'autore fondato sulla flessibilità dei *Creative commons*, che invita a cedere non tutti, ma solo alcuni dei diritti (ma sarebbe meglio dire, delle facoltà comprese nel diritto d'autore) e a determinate condizioni.⁵⁹

Il secondo punto, corollario e diretta conseguenza del primo, è il suo modello di business, non fondato sui profitti generati dalla vendita delle pubblicazioni, ma sulla internalizzazione del lavoro editoriale e la diffusione gratuita dei contenuti (*author-pay model*, anche se la versione stampata è a pagamento e distribuita tramite Casalini). Questo modello afferma su tutta la catena di comunicazione la natura pubblica della conoscenza, offrendo a ciascuno la possibilità di combinare e assortire il proprio *bouquet* di saperi.

Il terzo punto riguarda la potenza del protocollo OAI, che incoraggia lo sviluppo di archivi istituzionali rendendoli interoperabili tra di loro.⁶⁰ Il deposito istituzionale non è unicamente un contenuto ad accesso libero, ma è parte integrante del Digital Asset Management System di una biblioteca digitale, in cui, come è stato detto, "il focus non è sulle collezioni (i contenuti) o sul workflow (i processi) ma sugli utenti, come comunità attive nel sistema e comunicanti tra loro".⁶¹

Il quarto punto è infine la relazione privilegiata che le university press italiane ad accesso aperto hanno saputo instaurare con i consorzi bibliotecari. Più che di relazione si potrebbe parlare di un meccanismo di legame doppio (*double bind*), non solo perché i bibliotecari all'origine delle university press siedono spesso anche negli organi direttivi dei consorzi, ma anche perché questi ultimi hanno visto nella distribuzione dei contenuti ad accesso aperto e nella formazione ai prodotti freeware basati su OAI una promettente nicchia di sviluppo della propria attività. L'attività consortile sta insomma progredendo da coalizione di consumatori a difesa del potere d'acquisto delle biblioteche ad associazione di produttori alternativi dei beni conoscitivi in una fase del lavoro editoriale, quella distri-

⁵⁷ GHISLAINE CHARTRON – JEAN-MICHEL SALAÜN, *La reconstruction de l'économie politique des publications scientifiques*, "Bulletin des Bibliothèques de France", 45 (2000), 2, p. 32-42; la Dichiarazione di Berlino è accessibile sul sito: <<http://www.zim.mpg.de/openaccess-berlin/berlindeclaration.html>>.

⁵⁸ GIAN CARLO FERRETTI, *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, Torino, Einaudi, 2004.

⁵⁹ <<http://creativecommons.org/about/licenses>>.

⁶⁰ <<http://www.openarchives.org>>.

⁶¹ ANNA MARIA TAMMARO, *Ruolo e funzionalità dei depositi istituzionali*, cit., p. 15.

butiva, che è strategica per decidere chi sale e chi scende nell'universo della comunicazione.

Il movimento dell'open access ha inoltre ottenuto un notevole successo in termini di legittimazione universitaria con la Dichiarazione di Messina del novembre 2004, promossa dalla CRUI⁶² e questo non mancherà di sollecitare ulteriori vocazioni, già oggi visibili con il proliferare di depositi istituzionali nelle università di Bologna, Firenze, Lecce, Messina, Padova, Parma, Trento, Trieste. L'effetto di trascinamento ha portato anche alla costituzione dell'indice ESSPER, un repertorio su base volontaria nelle discipline economiche e nelle scienze sociali, giuridiche e storiche elaborato da un centinaio di biblioteche, che elenca gli indici e i sommari di 430 riviste per un totale di quasi 200.000 articoli.⁶³

9. Bilancio. Scenari e prospettive dell'editoria universitaria in Italia

Al termine della nostra analisi dovrebbe essere chiaro che i luoghi comuni che descrivono l'editoria di carattere generale si attagliano male alla catena di comunicazione universitaria per molti aspetti. La prima differenza riguarda la relazione autore/editore. Nell'editoria di varia l'investimento dell'autore nell'elaborazione di un'opera può perseguire diversi obiettivi – personali, culturali, sociali, economici – e le sue strategie di ricerca letteraria e di promozione possono convergere, o divergere, da quelle del suo editore. Sta di fatto che, in quanto anello di una catena di comunicazione, gli interessi dell'autore coincidono normalmente con quelli del suo editore: insieme lavorano per accrescere la diffusione dell'opera creata assicurandone visibilità, influenza, prestigio. La natura contrattuale della relazione tra autore e editore è riflessa in quella degli altri attori: distributori e librai. Vi può essere contrasto sul maggiore o minore peso di ciascuno degli attori interni alla catena, ma ognuno di essi è solidale nel condividere il paradigma del diritto d'autore: maggiore è infatti il numero di copie vendute di un'opera – di *quell'opera* – maggiore il beneficio per la catena nel suo insieme.

Vi è sicuramente un caso in cui le pratiche dell'editoria universitaria non si discostano da quelle della varia: si tratta della pubblicazione di manuali, che creano rapporti di fidelizzazione con i consumatori e hanno un posto di elezione nelle politiche di acquisizione delle biblioteche universitarie, assicurando a editori e autori cospicue *royalties* in quasi tutte le discipline. Tali manuali, spesso prodotti dalle filiali italiane di gruppi multinazionali (ad es. Springer, Masson, McGraw-Hill) e tradotti dall'inglese, alimentano le competenze di base dello studente universitario nelle varie tappe della sua carriera. Dato lo stretto rapporto di interesse tra autori e editori, è difficile pensare a una variazione sensibile di tale modello.

Oltre la manualistica, l'editoria universitaria non solo si stacca nettamente dalla varia, ma non riesce neppure a

presentare caratteristiche omogenee. Sotto la stessa etichetta sono racchiuse relazioni contrattuali, pratiche autoriali, concetti editoriali e modalità distributive di grande varietà. Dopo tutto, una ricerca non è la stessa se verte su argomenti scientifici o umanistici, se è scritta in inglese o in italiano, se produce una monografia o un articolo, se è destinata a una "tribù" accademica piuttosto che a un'altra.

Il ricercatore che cede il suo diritto d'autore a uno dei grandi gruppi internazionali STM per pubblicare in una rivista a elevato Impact Factor, lo studioso che pubblica per un editore STM italiano, o l'universitario che propone a uno stretto circolo di specialisti una monografia in scienze umane e sociali, sono in posizione differente rispetto all'editore. Nel primo caso, l'autore, interessato soprattutto a essere citato in altre riviste con elevato Impact Factor, avrà poco margine di manovra nella determinazione del contratto. La risposta della comunità accademica all'elevato numero di barriere tecnologiche ed economiche e agli atteggiamenti oligopolistici gravemente lesivi di un equo consumo di conoscenza assunti dai grandi gruppi STM passa quindi attraverso una strategia a breve e a medio termine. Nel breve termine, occorre consolidare la struttura dei consorzi bibliotecari, rafforzandone la capacità negoziale, moltiplicando gli scambi di esperienze a livello nazionale e internazionale, sensibilizzando i ricercatori e le istanze di ricerca sulle opportunità offerte dall'accesso aperto, reiterando gli inviti pubblici a diffondere le conoscenze unicamente in riviste ad accesso aperto. Sul medio termine, la soluzione italiana consiste nel lanciare progetti di aggregazione di tipo disciplinare che rendano disponibili, insieme all'informazione bibliografica, le pubblicazioni stesse dei ricercatori grazie alla creazione di depositi istituzionali secondo il protocollo OAI. L'informazione sui contratti tipo con gli editori così come le raccomandazioni emanate dai governi o dagli organismi di ricerca (come è appunto la Dichiarazione di Messina del novembre 2004) sono anch'essi strumenti di sensibilizzazione di grande utilità.

Ma l'editoria STM internazionale sfugge largamente al controllo istituzionale e non coinvolge che in minima parte, generalmente per escluderli, gli editori STM italiani. Questi ultimi – e siamo all'interno del secondo scenario – non potendo partecipare con le loro riviste alla *core science* si indirizzano allora verso l'approfondimento, la divulgazione, la formazione professionale. La grande varietà di pubblici interessati alle scienze statistiche e matematiche o alla medicina permette di prendere in considerazione una varietà di opzioni che corrispondono anche alla mobilità dei ruoli assegnati oggi alle istituzioni educative e di ricerca. Mentre un tempo, infatti, si poteva sostenere, semplificando, che la formazione iniziale in Italia era terreno privilegiato di azione del settore pubblico e la formazione continua interessava quasi esclusivamente il privato o le iniziative miste di pubblico e privato, oggi entrambi i settori sono invitati a farsi concorrenza in un paradigma di formazione che interessa tutto l'arco della vita. Rivendicare in questo ambito una

⁶² <<http://www.aepic.it/conf/index.php?cf=1>>.

⁶³ <<http://www.biblio.liuc.it/biblio/essper/period.htm>>.

esclusiva competenza del pubblico significherebbe instaurare inutili forme di protezionismo; al contrario, fare emergere unicamente l'istanza del privato significherebbe tarpare le ali a una ricerca di identità che oggi costituisce la sfida più avvincente dell'istruzione pubblica del secondo e terzo ciclo. La sfida tra gli editori in Italia non si fonda peraltro né sulle tecniche di accesso (protocollo OAI, modello *author-pay*), né sullo statuto pubblico o privato della conoscenza diffusa e neanche unicamente sulla qualità dei contenuti. Il "fiuto" imprenditoriale consiste nel sapere sfruttare le "esternalità di rete", tanto rilevanti in economia dell'informazione, secondo cui "l'accesso alla rete di un utente addizionale produce un effetto positivo sugli utenti già collegati".⁶⁴ I raffinati modelli editoriali che si stanno sviluppando, a metà strada tra economia dell'informazione ed economia della conoscenza, associano utenti con esigenze informative e interessi disciplinari comuni e abbinano prodotti informativi via Internet a pubblicazioni e proposte di formazione. Un esempio tra i tanti è il sito *Diritto d'autore.it*, veicolo di informazione di un'associazione senza fini di lucro che intende favorire la promozione e la difesa del diritto d'autore. Il sito offre una serie di informazioni e di pubblicazioni di carattere tematico e, periodicamente, pubblicizza i corsi dell'associazione rivolti alle professioni interessate.⁶⁵ In questo ambito potrebbero sorgere divergenze di prospettive tra autore e editore, con il primo che ambisce unicamente a promuovere e a far circolare la sua opera e il secondo maggiormente interessato, invece, alle sue potenzialità di riuso (*repackaging*) in altri prodotti editoriali.

Un terzo scenario riguarda invece l'editoria universitaria in scienze umane e sociali, il folto gruppo di pubblicazioni riguardanti gli argomenti che, sul *continuum* dell'asse disciplinare, investono il segmento *soft* e includono non poche scienze applicate: diritto, economia, sociologia. Si tratta di un settore caratterizzato dalla proprietà editoriale molto diversificata e dalla folta presenza di piccole e medie imprese, indicatore sicuro – direbbe il teorico delle politiche dell'informazione – di una grande varietà dell'offerta e del pluralismo delle opinioni. In realtà, tale retorica è più apparente che reale, giacché la "strozzatura distributiva" non permette agli editori marginali l'accesso ai punti di vendita e tempi lunghi di rotazione dei volumi in libreria. Gran parte dell'offerta universitaria serve quindi esclusivamente il circuito bibliotecario e delle librerie universitarie. Intorno a questo settore vanno svolte diverse considerazioni.

La prima di esse riguarda l'opzione scelta dall'editore, se intende orientarsi anche al pubblico delle librerie di assortimento o se invece si indirizza verso un circuito esclusivamente accademico. L'editore che volesse scegliere di indirizzarsi alle librerie di assortimento dovrebbe essere fortemente, tenacemente, conservatore e agire in quelle che sono le aree più tradizionali del suo mestiere: da un lato un formidabile lavoro di editing, volto a intervenire in profondità sull'architettura formale dell'opera depurandola di tecnicismi troppo spinti e assicurandone la leggibilità, e

dall'altro grande cura nella selezione della grafica di stampa, giacché, nonostante la buona retorica dei contenuti accessibile direttamente sullo schermo, il pubblico mostra ancora un forte attaccamento alla versione cartacea e alla scoperta casuale (*serendipity*) di titoli in libreria. Un editore che decidesse invece di orientarsi verso un pubblico di specialisti dovrebbe rivedere fortemente la sua strategia di distribuzione e indirizzarla verso l'elettronico. La versione cartacea di un'opera già da tempo non corrisponde più alle tecniche di studio di ricercatori e studenti; il libro di oggi dovrebbe essere più che mai denso, scientifico, compatto, come luogo in cui si esercita la valutazione della ricerca, e, nello stesso tempo, flessibile e interoperabile, oggetto cioè di pratiche di consultazione discontinue, personalizzate e dirette alla compilazione creativa.

Uno sguardo all'offerta elettronica mostra tutti i limiti dell'editoria in Italia, sia di tipo commerciale, sia in libero accesso. Editoria online di Casalini permette in effetti di collazionare brani di testo traendoli dalle matrici originarie e lasciando libero il lettore di effettuare l'assemblaggio. Come portale, tuttavia, esso risulta sottodimensionato per il numero ancora troppo basso di saggi (appena un migliaio), ma anche perché i testi presenti non sono attrezzati per la citazione persistente attraverso il DOI e risultano perciò non adattati all'applicazione di strumenti bibliometrici per l'analisi citazionale. Sul versante del libero accesso, il contenuto rimane disperso in una molteplicità di archivi istituzionali e nessun editore "alternativo" ha ancora creato il portale di aggregazione che permetta, sfruttando il protocollo OAI, di ripescare (*to harvest*) i contenuti in libero accesso per offrire servizi editoriali e bibliometrici.

10. Conclusione. Quale avvenire per l'open access in Italia?

Il movimento dell'accesso aperto in Italia, malgrado i successi e pur disponendo di un modello tecnologico – protocollo OAI – e di distribuzione – *author-pay* – superiore a quello imperniato sul diritto d'autore, non ha ancora dilagato nel mondo dell'editoria universitaria, dove modalità di circolazione dei contenuti, processi e attori restano sostanzialmente gli stessi. Qual è la ragione? Lacune nella strategia di comunicazione? Conservatorismo della catena a tutti i livelli? Errore di strategia dei protagonisti, interessati maggiormente alla immissione di dati informativi (*data provider*) piuttosto che alla fornitura di servizi (*service provider*)? Non lo crediamo. L'editoria "alternativa" in Italia ha puntato le sue carte strategiche sulla creazione di depositi istituzionali. Ha gestito contenuti in modo efficace, ma senza creare e valorizzare conoscenze. Ha sottovalutato la funzione di selezione esercitata dall'editore, l'abilità di individuare talenti e filoni di contenuto e di seguire, starei per dire accarezzare, le aspirazioni intellettuali di autori e di lettori, molto spesso coincidenti nelle stesse persone. Le è mancato il "fiuto" im-

⁶⁴ DAVID BEGG – STANLEY FISCHER – RUDIGER DORNBUSCH, *Economia*, cit. p. 207.

⁶⁵ <<http://www.dirittodautore.it/default.asp>>.

prenditoriale, quello che porta immediatamente a distinguere un filone originale tra le tante proposte di iniziativa, ad associare un'opera originale con una serie di saggi di scuola e a promuovere un'idea, un tema, un movimento di opinione all'interno di una collezione. La stessa Firenze University Press, senza alcun dubbio una delle realtà più innovative del paesaggio librario italiano, non ha ancora saputo articolare il suo già importante fondo di opere in un progetto editoriale promotore di una precisa identità culturale.

L'editoria in open access paga lo scotto di una scelta originaria imperniata sul modello "alternativo" di ArXiv, un deposito istituzionale in libero accesso in una disciplina – la fisica – dove la collaborazione tra i membri della "tribù" accademica è radicata e impostata su una pratica di scambio di lavori anteriore alla loro pubblicazione (*pre-print*), prima ancora dei filtri di qualità del peer review. Ora, la trasposizione pura e cruda di una soluzione maturata in una situazione disciplinare particolare manca il suo obiettivo se applicata in contesti ambientali differenti. Si è già visto che, dovendo intervenire nel settore biomedico, il movimento internazionale del libero accesso ha scelto un modello differente, più rispettoso delle pratiche specifiche di pubblicazione. L'orientamento scelto dall'editoria "alternativa" italiana, rivolto maggiormente alla gestione dell'informazione che alla produzione di conoscenza, rischia di ottenere un effetto boomerang, giacché potrebbe avallare l'immagine di un doppio circuito di diffusione della conoscenza, il primo di matrice pubblica ad accesso libero, dove confluirebbe un'informazione eterogenea e poco sorvegliata, il secondo ad accesso ristretto, in cui rigorosi criteri di selezione condurrebbero a un'aggregazione di contenuti di alto livello, funzionale ai criteri di valutazione della ricerca e alle pratiche di pubblicazione di una disciplina. Se così fosse, se dovesse avanzare il modello di un deposito pandisciplinare in libero accesso, ma privo del ruolo di selezione e di collazione svolto dall'editore, sarebbero annullati gli effetti positivi derivanti dalla superiorità dell'*author-pay model* e del protocollo OAI, con il rischio di contaminare l'intera catena di comunicazione editoriale. La pressione del mondo della ricerca sulla documentazione non è infatti sulla disponibilità dei documenti, ma sulla selezione efficace tra i documenti disponibili e, come si sa, in economia della conoscenza, e in economia *tout court*, la moneta cattiva scaccia via la buona.

Un esempio riuscirà forse a illustrare quanto esposto. Gli ultimi anni hanno visto l'avvicendamento della formula formativa europea di moduli triennale + biennale in quasi ogni corso di laurea. Le case editrici tradizionali hanno accompagnato (e, in molti casi, preceduto) la riforma, adeguando gli obiettivi dei manuali da esse pubblicati. I ponderosi "Elementi di", "Principi di", "Corso di" hanno effettuato una vigorosa cura dimagrante, snellendo le loro bibliografie, attenuando i tecnicismi e modulando la materia trattata. In altri termini, l'editoria universitaria ha fatto suo il motto 3+2, mantenendo spesso in vita il testo matrice per la laurea specialistica, ma producendo una versione compendiate per quella triennale. Mentre essa viveva la sua grande trasformazione, il movimento dell'accesso aperto invece non sa-

peva cogliere l'opportunità di lanciare un'offerta adeguata alla domanda. E l'occasione è andata perduta.

Altre due opportunità, comunque, si profilano all'orizzonte. La prima è quella di trasformare i supporti chiusi tradizionali in oggetti aperti digitali, permettendo non solo il loro costante aggiornamento, ma anche la combinazione con oggetti elettronici di natura simile. Si tratta di aggregare testi a fonti, problemi teorici a esercizi, tesi a antitesi in un discorso che possa illustrare, in un'ipotesi di e-learning, il processo metodologico e l'evoluzione dialettica di una disciplina, dove l'editoria si fa strumento di progetti redazionali di aggregazioni di contenuto e non più di sole macchine informative. Tali processi di ricerca abbinati alla documentazione, tali alleanze tra organismi culturali, editoriali e bibliotecari sono molto più ambiziosi dei poveri servizi di *repackaging* oggi svolti dall'editoria universitaria di tipo commerciale, quasi esclusivamente consistenti nell'aggiornamento dei volumi pubblicati.

La seconda occasione riguarda la possibilità di legare strettamente i contenuti pubblicati alla valutazione della ricerca, una questione che è oggi centrale per il buon funzionamento delle strutture universitarie. Malgrado la complessità dei sistemi di valutazione e le diverse soluzioni adottate, un editore aggregatore ha la possibilità di "legare" le citazioni, vuoi attraverso siti referenziali o "nomi uniformi di risorse" (come quelli identificati dal DOI), sul modello Crossref, vuoi grazie a indici citazionali in cui le citazioni dal testo sono estratte insieme al loro contesto. Ora, se il sistema commerciale ha già approntato l'agenzia di assegnazione dei DOI e convinto non pochi editori e distributori, tra cui il Mulino e Casalini, ad aderirvi, l'editoria "alternativa" italiana, pur disponendo dello strumento metodologico Citeseer, non ha ancora elaborato una sua politica di aggancio al mondo della ricerca, atta a valorizzare i contenuti in libero accesso attraverso l'analisi delle citazioni.

Il futuro dell'editoria universitaria italiana non è dunque nella proposta di contenuti chiusi, la cui unica qualità distintiva risiede nel modello economico, commerciale *vs* in libero accesso. E non è riposta, ovviamente, neppure nelle reciproche accuse di "inefficienza" che bibliotecari e editori si scambiano periodicamente, i primi denunciando il modello arcaico di distribuzione del settore commerciale, i secondi rivendicando l'iniziativa e il dinamismo delle imprese in rapporto alla rigidità dell'amministrazione pubblica. L'editoria universitaria italiana deve orientarsi verso la produzione di servizi innovativi, in cui la superiorità del modello economico-giuridico dell'*author-pay* possa essere coniugato alla capacità culturale di selezionare formule, temi e progetti editoriali, dove vince non chi erige steccati e provoca fratture, ma chi riesce a impiegare utilmente le competenze congiunte di ricercatori, editori, informatici e bibliotecari su soluzioni di nuova conoscenza disciplinare che siano anche editoriali.

Ci auguriamo che la riflessione sviluppata in questo articolo possa offrire un contributo concreto alla collaborazione tra settore pubblico e privato, e dare maggiore densità al dibattito in corso, aprendo una serie di analisi settoriali in cui siano analizzate le posizioni, la domanda e la soddisfazione dei bisogni di conoscenza delle varie "tribù", sia disciplinari, sia professionali.