

L'editoria fra tradizione e innovazione

In occasione di un convegno a Milano assegnati i riconoscimenti ad alcuni protagonisti della cultura del libro

È la Editrice Bibliografica di Milano ad essere stata insignita quest'anno del Premio Ancora Aldina per la Cultura del Libro, già in passato attribuito a Luigi Balsamo, direttore de *La Bibliofilia*, Alessandro Olschki delle Edizioni Olschki di Firenze, Silvio Antiga fondatore della Tipoteca Italiana di Cornuda, Enrico Tallone delle Edizioni Alberto Tallone. Il riconoscimento è stato motivato dall'“ultratrentennale impegno della casa editrice nell'affermazione e nello sviluppo della cultura dell'edizione, della biblioteca, della lettura, con una molteplicità di iniziative editoriali, librerie e periodiche e una costante attenzione al nuovo”.

La consegna del premio a Michele Costa è avvenuta nell'ambito della seconda edizione di “Engaging the reader”, workshop del Master di II livello in professione editoria dell'Università Cattolica del Sacro Cuore dedicato all'ergonomia della conoscenza nell'editoria digitale di “informazione” e “formazione”, che si è tenuto presso la sede milanese dell'Università il 14 novembre. Durante l'evento, organizzato in collaborazione col Creleb (Centro di Ricerca europeo libro editoria biblioteca) e con l'Associazione Italiana Editori, sono stati consegnati anche i Premi Master in Professione Editoria, a Davide Bonelli, della Sergio Bonelli Editore, *in memoriam* di suo padre Sergio Bonelli, per la capacità imprendito-

riale e innovativa della sua azienda; a Lucia Incerti Caselli, docente della Scuola di editoria del Centro Padre Piarmarta e del Master in editoria dell'Università Cattolica per il costante e generoso impegno didattico e infine a Vittorio Di Giuro delle Edizioni Sylvestre Bonnard per la sua inesausta attività nel campo dell'editoria culturale. Esperienze di valore, quelle premiate, ricche di una storia che non cessa di parlare alla realtà in continuo, rapido, radicale cambiamento dell'editoria digitale.

E proprio questo dialogo – della storia e dell'oggi – è stato oggetto della conferenza d'apertura della giornata di riflessione di “Engaging the reader”: Jean Fan-

çois Gilmont, membro dell'Académie Royale des Sciences, des Lettres et des Beaux-Arts de Belgique, con un'agile sequenza d'immagini ha portato il suo numeroso uditorio indietro, fino al Cinquecento, fino al momento in cui gli editori si trovarono per la prima volta di fronte al “problema” del rapporto tra pagina e testo in funzione di lettori di cui non conoscevano – e potevano solo immaginarle – le abitudini, la cultura, il gusto.

Ecco allora nascere il frontespizio, prima a scopo ornamentale e poi informativo, i bianchi aldini, le note, quel nome dell'autore progressivamente scoperto, tratto dal bianco e messo in risalto.

Le quattro tavole rotonde che si sono susseguite hanno confermato che quel “per la prima volta” è di disarmante attualità: lo sperimentano oggi tutti coloro che non vogliono creare per i nuovi formati un prodotto-copia del libro di carta. Per questi infatti la questione determinante non sembra più essere la

concorrenza tra carta-libro – come l'ha chiamato Edoardo Barbieri, docente dell'ateneo milanese e coordinatore dello staff organizzativo – e e-book, e per accorgersene, basta guardarsi intorno: la nascita del formato ePub 3.0, ad esempio, che permette di realizzare un prodotto e-book simile ad un'applicazione ne è una spia significativa. La realtà è che se i libri reali e i *file* da leggere sui reader o su iPad convivono in modo abbastanza fluido (e pacifico) e intercettano esigenze di lettura diverse, la frontiera dell'editoria che vuole dare una struttura architettonica nuova ai propri contenuti ha un solo nome, e questo nome è *App*. Il lettore, da sempre nella mente dell'editore come termine e riferimento delle sue azioni, non chiede più, ormai, soltanto qualcosa da poter “leggere”, ma qualcosa con cui poter interagire, da poter fruire a più dimensioni e dimostra d'essere buon amministratore di se stesso quando rifiuta ciò che per



Michele Costa, presidente della Editrice Bibliografica, durante la cerimonia di conferimento del premio Ancora Aldina. A destra, Edoardo Barbieri, organizzatore di “Engaging the reader”

“acchiappare” stordisce, e approva, decretandone il successo, l’offerta che possiede la dote dell’adeguatezza a ciò che il suo target chiede. Questo, a giudicare dalle esperienze che “Engaging the reader” ha allineato di fronte alla domanda se possa esistere un’ergonomia della conoscenza digitale, è vero in tutti i campi: nell’e-journalism, quotidiano e periodico, nel mondo dei libri tradizionali e degli e-book, nel nuovo universo delle *apps*, in quello ancora tutto da scoprire delle “realtà immersive”.

Così il giornalismo deve aggiungere alle tradizionali cinque W anche quella di *whi-ble* (Michele Mezza, giornalista Rai) e accogliere la velocità di divulgazione come parametro discriminante; l’editoria periodica si fregia del successo di marchi come “Dove”, il mensile di viaggi del “Corriere della sera”, pre-

sentato dalla sviluppatrice Alessandra Ferraris (RCS Periodici), che è frutto dell’integrazione di piattaforme diverse e della gestione di esse da parte di un unico gruppo di lavoro; il mondo sperimentale delle *apps* vede il bersaglio centrato da quella del “New Yorker”, “testocentrica” e priva di video, animazioni ed “effetto wow” (Nicola Bruno, giornalista dell’agenzia Effecinque).

Non solo. La rivista letteraria, il catalogo della mostra, l’opera di consultazione si rivitalizzano e si aprono al lettore con possibilità di fruizione non tradizionali: “Watt”, rivista “senza alternative”, il cui backstage è stato svelato dal co-editore Maurizio Ceccato, nasce per approssimazioni grafiche successive per ottenere dalla pagina il massimo di comunicatività e coerenza; iBiennale, l’app creata dalla Biennale di Ve-

nezia con LOG607, di cui Tomas Barazza ha mostrato in diretta le potenzialità, può accogliere note personali, brani musicali, fotografie; l’*Atlante Illustrato della Letteratura Italiana* Einaudi, che il curatore Gabriele Pedullà ha presentato attraverso qualche pagina del terzo volume ancora inedito, fa tesoro delle soluzioni visive e immediate dell’infografica per il trattamento di grandi quantità di dati.

Infine le mostre e il teatro, in cui nuove vette di coinvolgimento sono toccate grazie alle realtà immersive e la realtà aumentata di cui StudioAzzurro (presentato da Paolo Rosa) esplora da anni le possibilità; la didattica, arricchita dai giochi virtuali dedicati ad argomenti di studio del laboratorio Virtual Reality & Multi Media Park (Vincenzo Lombardo); tutto insomma si interroga sulle nuo-

ve forme possibili che il digitale consente, traendo i propri modelli spesso ancora dal passato se un information architect come Oliver Reichenstein usa le regole della retorica antica per illustrare i passaggi con cui si realizza oggi un’architettura della conoscenza.

La tecnologia cambia il modo di leggere e di percepire l’informazione, di scrivere; modifica – come ha detto in chiusura Alessandro Antonietti, docente di psicologia generale dell’Università Cattolica – i processi mentali che presiedono a queste attività; impone nuovi modi di conservazione, di consultazione, di riproduzione.

Questa sfida richiede flessibilità e sperimentazione, e per quanto impegnativa possa essere, è la sfida del nostro tempo.

Valeria Mazzucco

valeria.mazzucco@fastwebnet.it