

Barbara Bechelloni

Università di carta. L'editoria accademica nella società della conoscenza

Milano, Franco Angeli, 2010,
p. 240, € 25,00

Vale talvolta la pena dare inizio alla lettura di un volume dalla fine, e non dall'inizio. È questo il caso del libro di Bechelloni *Università di carta*, centrato sulla descrizione di un'industria culturale – l'editoria universitaria – il cui impatto sociale va ben al di là della sua specifica dimensione economica. Nel leggere il resoconto delle interviste poste a fine volume ed effettuate ad alcuni dei protagonisti della rivoluzione digitale nell'editoria universitaria italiana – Liguori, Il Mulino, Scriptaweb, Firenze University Press e Sapienza-Mondadori – assistiamo in diretta a una metamorfosi della produzione e distribuzione delle pubblicazioni accademiche e all'avvio di una fase industriale che già oggi vede i contenuti culturali essere diffusi servendosi dei circuiti digitali della comunicazione editoriale scientifica. La prima intervista è per la casa editrice Liguori di Napoli, nata nel 1949-1950 come risposta alla domanda di pubblicazioni originata in seno all'università di quella città e poi sviluppatasi su dimensioni nazionali. Gli investimenti in nuove tecnologie della Liguori partono dal presupposto che il libro elettronico debba costare meno delle fotocopie del libro a stampa – una possibilità assicurata non solo dalla distribuzione digitale, ma anche dall'opzione granulare di vendita: pagina per pagina, capitolo per capitolo. Liguori è giunto così a mettere in circolazione un catalogo di ol-

tre 4.000 volumi in formato elettronico, con pubblicazioni offerte anche secondo le modalità del *print-on-demand*. Altra casa editrice protagonista di questa stagione di rinnovamento delle tecnologie è Il Mulino, cresciuto nel corso degli anni Cinquanta del XX secolo e diventato un crogiuolo di fermento culturale a tutto tondo per discipline come la sociologia, la politica, l'economia e la storia, grazie alla mediazione intellettuale di studiosi del valore di Evangelisti, Galli, Matteucci e di tanti altri. Una buona parte dei suoi prodotti, sia commerciali, sia istituzionali, sono oggi diffusi attraverso un portale (Aula Web nel libro di Bechelloni, oggi sostituito da Darwin). La comunicazione scientifica è un "meccanismo", una "comunicazione tecnica e specifica", che utilizza un linguaggio specializzato pienamente comprensibile per la "comunità di riferimento a cui questo genere è indirizzato" (p. 77). Il suo scopo riflette la finalità essenziale della scienza, un "sistema di cultura progressivo ed enunciabile", dove i circuiti di comunicazione assumono due forme essenziali: il libro da un lato, le riviste specializzate dall'altro. Queste ultime seguono l'etica della scienza di lasciare agli altri "la possibilità di capire ed utilizzare de jure ciò che è stato messo in luce" (Moles, cit. da Bechelloni, p. 88). La rivista ha dunque un valore di "testimonianza" che va ben al di là della semplice relazione tra colleghi specializzati nella stessa disciplina. Il libro è invece vettore di messaggi e agente di diffusione. A fronte di queste premesse, come si concilia allora il circuito della comunicazione accademica con il mercato editoriale, se la necessità di

dare un ritorno all'investimento effettuato prevede la circolazione a pagamento, mentre l'efficienza dell'investimento è garantita solo da una modalità di circolazione di tipo gratuito?

Sono le domande che si pone Bechelloni, cui dà risposta passando in rassegna le articolazioni e i modi di funzionamento dell'editoria universitaria nel suo complesso, con concise schede sull'editoria elettronica, l'editoria multimediale, gli e-book, il *print-on-demand*, le riviste elettroniche, la biblioteca digitale e l'Impact factor. Se queste pagine non aggiungono forse nuove conoscenze a quelle in possesso degli specialisti del settore, la "ricognizione" sul campo e nel campo dell'editoria accademica avviene sotto il segno della sociologia dei processi culturali di Pierre Bourdieu. La nozione più visitata è appunto quella di "campo", un concetto applicato con successo dallo studioso francese allo studio dei fenomeni di carattere artistico, educativo e culturale per i quali la sfera economica e istituzionale è irrilevante senza la presa in conto della dimensione simbolica degli attori, delle istituzioni e delle imprese che vi operano. Nella sfera dell'editoria universitaria, il prestigio delle case editrici e la reputazione di cui godono gli attori hanno un impatto che si estende lungo il campo o, come direbbe Bourdieu citato da Bechelloni, lungo tutto lo "spazio in cui si esercita un effetto di campo" (p. 130). Si tratta di fenomeni indistinti e difficilmente quantificabili, che però permeano l'economia delle imprese, la valenza culturale dei prodotti, le pratiche correnti e il senso di appartenenza degli attori. Un approccio all'edi-

toria accademica fondato sulla metodologia di Bourdieu ha diversi meriti: sono gli autori stessi, ad esempio, che fissano le frontiere del campo, senza che queste dipendano da criteri esterni. Non esistono differenziazioni tra i prodotti di natura tecnica, ma, a giusto titolo, possono essere tutti ricondotti nello stesso ambito, anche se si chiamano pubblicazioni monografiche, riviste scientifiche, pubblicazioni coperte da diritto d'autore e in libero accesso, prodotte da università sia straniere (prevalentemente anglosassoni), sia italiane.

Altro merito è quello di sottolineare le sottili articolazioni fondate sul prestigio e la legittimazione interna assegnata dagli stessi attori. Sono queste indistinte "percezioni" che differenziano, ad esempio, le pubblicazioni dell'Oxford University Press e de Il Mulino da quelle della Harvard University Press e di Einaudi. Il "capitale simbolico" di cui godono Oxford University Press e Il Mulino promuove una gerarchizzazione dei valori in seno al campo che prescinde da qualunque criterio reale, ma che, nel mercato del riconoscimento accademico, procurano elevato rendimento in termini citazionali



(le citazioni sono “monete della scienza”, diceva Robert Merton). Ricordiamo che questa strutturazione del campo non ha nulla a che fare con la dimensione finanziaria dell'impresa (i piccoli editori separati dai grandi), la giuridica (le pubblicazioni “chiusa” e tutelate dalle norme sul diritto d'autore distinte da quelle in “accesso aperto”) o la tecnologica (le pubblicazioni a stampa in rapporto a quelle elettroniche).

L'approccio di Bourdieu può contribuire a spiegare per quale ragione, ad esempio, una rivoluzione distributiva così importante come l'open access non abbia ancora sconvolto i consolidati equilibri dell'editoria universitaria. Le case editrici operanti in tale settore, infatti, sono prive della legittimazione (o della “consacrazione”) che solo i detentori dei valori costitutivi del campo stesso possono assegnare. Indipendentemente da meccanismi “tecnici” come l'Impact Factor, l'onda lunga del prestigio disegna la gerarchia istituzionale delle imprese e degli attori distribuendo onori e riconoscimenti e pertanto la stabilizza, al di là di ogni discorso “razionale” fondato sulla solidità economica, sul livello di progresso tecnologico e, persino, sull'interesse del pubblico.

La prospettiva di Bourdieu nel libro di Bechelloni è però appena accennata ed è priva di quelle esemplificazioni su cui articolare interpretazioni operative “dense”, suscettibili di produrre mutazioni del campo. Inoltre, l'approccio metodologico ha, a mio avviso, il difetto di stemperare opposizioni importanti e antinomie fondamentali, dove la posta in gioco è né più né meno il controllo sul sapere comunicato. Come ha dimostrato

tra gli altri Schiffrin, peraltro più volte citato dall'autrice, esistono nel mercato del libro tipiche strozzature distributive che impediscono ai piccoli editori, poveri di mezzi ma ricchi di capitale simbolico, di affermarsi. Altra antinomia che rischia di essere messa in ombra è quella costituita dall'accesso aperto, che costituisce la battaglia contemporanea più nota di riappropriazione da parte delle istituzioni del controllo del circuito di comunicazione editoriale scientifica. In questo settore prevale il modello di business della pubblicazione gratuita e finanziata dagli autori, che si oppone in modo radicale a quello delle case ad accesso “chiuso”. Sarebbe stato utile spiegare con la metodologia di Bourdieu, ad esempio, le ragioni della contraddizione secondo cui l'autogestione istituzionale e non commerciale delle pubblicazioni scientifiche, invece di dare loro maggiore prestigio, sembra al contrario diminuirne il “capitale simbolico”.

È impossibile parlare di open access senza menzionare il diritto d'autore e l'opposizione tra una sua definizione restrittiva, che limita la circolazione delle opere fino a rendere di fatto impossibili i liberi utilizzi e le eccezioni, e una più estesa, come è quella dei creative commons. Se si esula quindi dalla dimensione socio-economica, preferirei personalmente dare dell'editoria universitaria una definizione più “istituzionalista”, ponendo come criterio di demarcazione delle frontiere del campo dell'editoria universitaria la circolazione dei suoi prodotti negli ambienti educativi e culturali. Tale distinzione, meglio del prestigio e della reputazione accademiche difficilmente quan-

tificabili, potrebbe costituire un criterio pertinente per la promozione di politiche istituzionali dove gli aspetti commerciali sono da contemperare con gli obiettivi di carattere pubblico cui aspirano i contenuti educativi e culturali.

Malgrado queste osservazioni, il volume di Bechelloni è un testo utile in particolare per la didattica universitaria. La sua lettura, però, è turbata da diversi refusi e da una lista bibliografica il cui ordinamento non giova alla comprensione dell'opera e delle sue fonti di riferimento.

Giuseppe Vitiello

Nato Defense College
Roma
vitiello@fastwebnet.it