



Barbara Bechelloni

UNIVERSITÀ DI CARTA

L'editoria accademica
nella società della conoscenza

Consumo, comunicazione,
innovazione

FrancoAngeli

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page
al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Barbara Bechelloni

UNIVERSITÀ DI CARTA

L'editoria accademica
nella società della conoscenza

Consumo, comunicazione,
innovazione

FrancoAngeli

Copyright © 2010 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

A Tullio e nostro figlio Alessandro

Indice

Introduzione pag. 9

Parte Prima

Storia e teoria del libro. L'editoria scientifica e di cultura

1. Libro ed editoria nella società moderna	»	17
Premessa	»	17
1.1 Che cos'è un libro?	»	18
1.2 La stampa nella formazione della società moderna	»	21
1.2.1 Dalla carta alla stampa	»	24
1.2.2 Una rivoluzione inavvertita	»	26
1.3 Cenni di storia sociale e culturale del libro e dell'editoria	»	29
1.3.1 Bibliografia e sociologia dei testi	»	29
1.3.2 Lettura e società	»	32
1.4 Lo scrittore e il ruolo dell'intellettuale	»	38
1.4.1 Il lavoro intellettuale come professione	»	42
2. Tappe storiche dell'editoria di cultura in Italia	»	44
2.1 Origini del libro e dell'editoria accademica	»	44
2.2 Dalla scrivania dell'amanuense alla bottega dello stampatore	»	47
2.3 Editoria di cultura nella seconda metà dell'Ottocento	»	50
2.4 I primi decenni del Novecento	»	53
2.5 Il secondo Novecento e i grandi cambiamenti	»	60
2.6 Gli anni Novanta e le innovazioni del XXI secolo	»	66
3. Università e scholarly communication	»	72
3.1 Il ruolo e la missione dell'università	»	72
3.2 Che cos'è la comunicazione scientifica	»	76
3.3 Circuiti di diffusione culturale	»	81
3.4 Letteratura e sapere scientifico	»	84
3.4.1 Letteratura scientifica	»	85
3.4.2 Alle origini delle riviste scientifiche	pag.	91

3.5 Conoscenza: un bene pubblico?	»	94
4. Editoria Elettronica e strumenti di valutazione	»	98
4.1 Storia e definizioni	»	98
4.1.1 E-book	»	104
4.1.2 Riviste/e-journals	»	107
4.1.3 Print on demand (POD)	»	111
4.2 Open Access	»	114
4.2.1 Biblioteche digitali	»	117
4.3 Alcuni strumenti di valutazione	»	120

Parte Seconda
Verso una ricognizione sul campo dell'editoria accademica

1. Il campo dell'editoria accademica	»	129
Premessa	»	129
1.1 Teoria del campo di Pierre Bourdieu	»	129
1.2 Struttura del campo dell'editoria	»	134
1.3 Differenti campi dell'editoria	»	141
1.4 Editoria accademica: esperienza anglosassone e italiana	»	144
1.4.1 University Press ed editori commerciali	»	144
1.4.2 Scholarly publishing e “processo di ricerca”	»	154
1.4.3 Monografie accademiche	»	157
1.4.4 Editori accademici italiani	»	160
2. Uno sguardo dentro alcune realtà editoriali	»	163
2.1 Il mondo degli editori privati e commerciali	»	163
2.1.1 Liguori Editore	»	166
2.1.2 Il Mulino	»	183
2.1.3 Scripta Web	»	206
2.2 Il nuovo mondo delle University Press all'italiana	»	209
2.2.1 Firenze University Press	»	210
2.2.2 Sapienza-Mondadori	»	214
2.3 In conclusione	»	216
Riferimenti bibliografici	»	221
1. Libri	»	221
2. Articoli in riviste scientifiche e di settore	»	231
3. Altre riviste e quotidiani	»	234
4. Interventi in congressi e convegni, archivi e-print, tesi	»	236

Introduzione

Viviamo. Conosciamo e ci riconosciamo. Segnaliamo presenza, bisogni. Fra noi e la realtà vibra il necessario diaframma di una mediazione che è anche ricostruzione, presentazione, interpretazione. Viviamo nella realtà senza toccarla, senza esserne toccati. Cioè: senza esserne toccati in maniera diretta, immediata. Viviamo e sappiamo solo ciò che ci viene comunicato.

La nostra esperienza – personale e sociale, individuale e collettiva è un'esperienza mediata – in qualche misura “rimediata”, non originaria.
(Ferrarotti, 1998)

Penso un editore come un creatore. Creatore dal nulla se egli è riuscito a dominare il problema fondamentale di qualunque industria: il giro degli affari che garantisce la moltiplicazione infinita di una sia pur piccola quantità di circolante. Il mio editore ideale che con una tipografia e una associazione in una cartiera controlla i prezzi; con quattro librerie modello conosce le oscillazioni quotidiane del mercato, con due riviste si mantiene a contatto coi più importanti movimenti d'idee, li suscita, li rinvigorisce, non ha bisogno di essere un Rockefeller. La sua forza finanziaria deve essere tutta nella sua capacità di moltiplicare gli affari.

Il mio editore stampa 10 collezioni, trova i componenti dove sembra non ci siano, può creare una storia universale, un'enciclopedia...

Basta che egli sia stato logico; non abbia fatto transazioni coi suoi principi di uomo colto, che pubblico e scrittori siano sicuri di lui. Un paese in cui ci fossero tradizioni, che non si debba improvvisare come succede a noi, la potenza di un editore antico è praticamente illimitata.
(Gobetti, 1966)

Premessa. Le ragioni che ci spingono a compiere delle scelte di vita piuttosto che intraprendere percorsi di ricerca sono diverse, non sempre consapevoli. Ma certamente le nostre biografie, in questo processo, hanno un ruolo importante e spesso decisivo. Anche in questo caso, quindi, c'è uno stretto legame tra la mia storia di vita professionale e personale e il percorso di ricerca sviluppato in questo volume. Di editoria accademica e dell'editoria in genere, ho una pratica attiva messa in campo attraverso la partecipazione alla creazione e alla gestione di una micro realtà editoriale rivolta all'università. Inoltre, sin da piccola, ho avuto un'esperienza di ascolto e partecipazione indiretta e, da quasi quindici anni, diretta, del mondo universitario e dell'editoria ad esso rivolta. Ho vissuto in un ambiente dove il libro aveva l'importanza di un elemento essenziale nella vita di tutti i giorni, come nutrimento indispensabile, bene su cui discutere, investire tutto il proprio tempo e il proprio denaro, anche quello che non si ha; un

bene a volte sottratto furtivamente dalle grandi pareti di una casa piena di libri. Un contesto, quello del mondo culturale e accademico italiano e, in parte, di altri paesi del mondo, letto, ascoltato e vissuto direttamente, anche nei suoi processi di cambiamento. Il desiderio di conoscere e aprirsi all'altro, allo straniero, o semplicemente al diverso ha stimolato il desiderio di conoscenza di un mondo spesso così vicino e in gran parte sconosciuto anche agli addetti ai lavori. Inoltre, con lo stesso spirito, è nato il desiderio di dare maggiore respiro a questo lavoro facendo l'esperienza di un altro mondo straniero, questa volta in senso letterale, quello anglosassone¹ che, sul piano dell'editoria accademica ha un importante ruolo a livello mondiale e, per alcuni aspetti, fa da modello per gli altri paesi del mondo. Questo mercato offre ulteriori strumenti di analisi e, comparando somiglianze e differenze, può aiutare a comprendere alcune delle dinamiche del mondo editoriale accademico italiano e a immaginare possibili cambiamenti.

In questo volume prenderò in considerazione “paesaggi culturali” simili ma anche diversi. In primo luogo descrivendoli e raccontandoli per poi cercare di comprenderli e trovare eventuali elementi d'innovazione o rivoluzione che possano contribuire a migliorare la realtà di questo specifico campo dell'editoria; che ha un importante e strategico ruolo all'interno del mondo accademico. Infatti, ancor oggi, è il principale strumento di diffusione della scienza, dell'accesso alla conoscenza a supporto di università e strutture di ricerca. Verso l'esterno, cioè verso “i diversi pubblici” della scienza e verso l'interno, ossia verso studenti, ricercatori e professori che, anche attraverso le pubblicazioni possono accedere alla carriera universitaria e contribuiscono, nel tempo, all'avanzamento professionale.

Nel corso di un'attenta e approfondita ricerca bibliografica, sempre in progress e mai esaustiva, ho scoperto autori, teorie e storie interessanti, attraverso le quali ho deciso di transitare. Ho creato un percorso coerente che permetta di illustrare e spiegare, oltre a incuriosire il lettore rispetto alle tematiche che costellano il mondo dell'editoria in senso ampio, l'editoria di cultura, soprattutto quella che possiamo definire editoria di ricerca e accademica in senso più stretto.

Ho messo insieme strumenti concettuali e di analisi che provengono dal-

¹ Sarebbe stato di più largo respiro affrontare in modo più analitico l'intero contesto anglosassone, Nord America (Canada e Usa) e Regno Unito, ma le risorse di tempo e denaro per un lavoro di questo tipo sono molto elevate. Sono riuscita, tuttavia, ad affacciarmi sul mondo britannico. In particolare a Londra e alla British Library è stato possibile svolgere una ricerca bibliografica e ottenere incontri/interviste, prevalentemente informali, dai quali ho potuto cogliere alcuni elementi salienti.

la storia sociale del libro e dei media, dalla sociologia dei processi culturali e, più nello specifico, dalla sociologia dei testi e della letteratura.

Ritengo importante compiere una fondamentale precisazione sin da queste pagine introduttive. Il lettore troverà nel testo più volte con la stessa accezione, termini quali editoria accademica, scientifica, universitaria, scholarly o di ricerca. Tutti, sono da considerarsi, in questa sede, come sinonimi, ovvero si riferiscono allo stesso campo dell'editoria. In una posizione intermedia, a cavallo tra l'editoria accademica e quella che qui definisco come generalista, di massa o di varia, si trova, invece, il termine editoria di cultura, dalla quale, tuttavia, in alcuni casi deriva quella accademica.

Struttura del libro. Questo libro è frutto di un lavoro di studio, ricerca e riflessione sul mondo dell'editoria, della scholarly communication e dell'editoria accademica. Attraverso gli strumenti della riflessione e dell'analisi sociologica e con il supporto delle metodologie qualitative della ricerca sociale, ho raccolto interviste e documenti di numerosi testimoni privilegiati, esperti e protagonisti del mondo editoriale e in particolare di quello dell'editoria di cultura e accademica in Italia.

Il volume si divide in due parti, la prima è articolata in quattro capitoli e la seconda in due. La prima parte è focalizzata sulla storia, sulle teorie del libro e dell'editoria scientifica e di cultura.

Il *primo capitolo* è dedicato al libro come oggetto e alle rivoluzioni dell'editoria come strumento di passaggio alla società moderna. Il lavoro prende quindi avvio dalla definizione materiale e immateriale di libro per poi attraversare alcune riflessioni sulla storia sociale dei media e l'importanza della stampa: soprattutto di quella a caratteri mobili inventata da Gutenberg. Vengono introdotti alcuni elementi della cosiddetta "rivoluzione inavvertita" teorizzata da Elizabeth Eisenstein nel suo voluminoso lavoro²; per poi affrontare la storia sociale e culturale del libro e dell'editoria, attraverso alcuni autori significativi³. A chiusura di questo capitolo mi soffermo sulla figura dell'autore: sul ruolo e sulla funzione sociale dello scrittore e dell'intellettuale.

² Del libro di Elizabeth Eisenstein esistono due versioni. Una più voluminosa e completa del 1979, trad. it. 1986 e un'altra ridotta del 1983, trad. it. 1995 entrambe edita da il Mulino.

³ Come David Finkelstein e Alistar McCleery (2005), Donald F. McKenzie (1986, 1992), Roger Chartier (1989, 1999) Robert Darnton (1982, 1990, 1995), Elizabeth Eisenstein (1979, 1983), Walter Ong (1982), Marshall McLuhan (1962, 1964), Franco Ferrarotti (1986, 1998a, 1998b), Robert Escarpit (1958, 1968, 1977).

Il *secondo capitolo* è un *excursus* storico che mette in relazione tra loro la nascita delle prime università e la conseguente necessità d'accesso e reperibilità dei testi ancora manoscritti, fino a quella “rivoluzione inavvertita” provocata anche, ma non solo, dalla scelta di Gutenberg di pubblicare come primo libro la Bibbia. Si procede attraverso le principali evoluzioni della stampa e dell'editoria dall'avvento della stampa a caratteri mobili fino all'Ottocento. Per soffermarsi sulla nascita in Italia delle prime case editrici cosiddette di cultura, che nel corso degli anni andranno a far parte, in alcuni casi, della folta schiera dei moderni editori universitari. Il Novecento è trattato fino agli ultimi anni del nuovo secolo e, nell'ultima parte, prendo in considerazione i principali cambiamenti che l'innovazione tecnologica ha portato nella concezione e produzione dei prodotti editoriali.

Nel *terzo capitolo* vengono valorizzate l'importanza dell'istituzione universitaria, la sua missione e quindi la relazione di tre elementi portanti – l'autore, l'università e l'editoria – in quella che gli anglosassoni chiamano *scholarly communication* e noi *comunicazione scientifica*. Viene spiegato che cosa è, come funziona e il legame di questo tipo di comunicazione con il mondo universitario. Cosa e quali sono i circuiti della comunicazione e della diffusione culturale che costituiscono la *scholarly communication*. Il capitolo si chiude spiegando ciò che s'intende per letteratura e sapere scientifico nelle loro diverse espressioni materiali, i libri o le riviste. Su queste ultime, in particolare, mi sono soffermata perché costituiscono uno degli elementi fondamentali all'interno del campo dell'editoria scientifica e in generale della *scholarly communication*, nonché uno di quelli che maggiormente permette cambiamenti attraverso l'uso delle nuove tecnologie. Concludo con una riflessione aperta sulla conoscenza come bene pubblico.

Nel *quarto capitolo* affronto l'editoria elettronica, il suo ingresso nel mondo editoriale e le possibilità di sviluppo e di applicazione al campo dell'editoria scientifica. Passo in rassegna i diversi e possibili “prodotti” dell'editoria elettronica rivolta a questo campo specifico presentando alcuni elementi di discussione riguardo alle possibilità dell'Open Access e gli sviluppi del sistema bibliotecario. Il capitolo si chiude con una riflessione sugli strumenti di valutazione dei prodotti dell'editoria accademica: dalla *peer review*, all'*impact factor*.

Nella seconda parte di questo lavoro si descrive e analizza il campo dell'editoria scientifica e accademica, delineando alcune possibili prospettive. Nel *primo capitolo* introduco il concetto e la teoria del campo elaborata da Pierre Bourdieu, come base teorica per una prima riflessione sull'edi-

toria accademica. Sarà quindi possibile presentare la struttura del campo dell'editoria, dei differenti campi e sottocampi. Descrivo e analizzo i principali elementi dell'editoria accademica partendo dal mondo anglosassone, soffermandomi su che cosa s'intende per University Press ed editore commerciale, su che cos'è una monografia, il processo di ricerca e quali sono le più specifiche caratteristiche del contesto italiano.

Nel *secondo capitolo* mi affaccio sulla situazione italiana a partire da alcuni esempi specifici che ho considerato rappresentativi di una parte del campo dell'editoria accademica italiana, senza, tuttavia, la pretesa di esaurire le possibili riflessioni e considerazioni sul tema. In particolare si parla di editori quali, Liguori e il Mulino, micro realtà come Scripta Web, i nuovi editori sorti all'interno di alcune università, come la Firenze University Press e, infine nuove proposte ibride e sperimentali come il caso della joint-venture tra Sapienza, Università di Roma e Mondadori.

Il lavoro si chiude con un'articolata bibliografia che consente al lettore di orientarsi e di trovare utili strumenti di riflessione e supporto per eventuali ricerche future.

Parte Prima

*Storia e teoria del libro.
L'editoria scientifica e di cultura*

1. Libro ed editoria nella società moderna

Il libro, dunque, come «deposito del patrimonio culturale dell'umanità», come «mediatore della memoria collettiva», tuttora come elemento principale della «storia dei media»
(Infelise, 2007, p. 545)

Premessa

In questa prima parte metterò in campo l'importanza del libro nella costruzione della società moderna. Introduurrò a questo scopo il concetto di rivoluzione *inavvertita* di Elizabeth Eisenstein (1979) e alcune riflessioni generali sulla stampa di cui si sono occupati altri studiosi della storia sociale dei media. A partire dalla cosiddetta “galassia Gutenberg” di Marshall McLuhan (1962) e dalla comunicazione come fattore determinante nei processi economici e politici concettualizzata da Harold A. Innis (1952 e 1986). Illustrerò che cos'è l'oggetto libro, sia da un punto di vista intellettuale e dei processi di produzione e di fruizione immateriale dei contenuti sia da un punto di vista “tecnico” e dei processi di produzione materiale. A questo proposito introdurrò elementi di alcuni dei principali e più salienti dibattiti intorno al libro, discussi principalmente dagli studiosi di discipline come la bibliografia e la sociologia dei testi che mettono al centro dei loro studi il libro nelle sue diverse forme, materiali e immateriali. Tutto ciò costituisce, a mio avviso, una delle possibili premesse per meglio affrontare l'esplorazione e, soprattutto, comprendere lo specifico mondo dell'editoria scientifica e di ricerca. Ovvero quella parte del campo dell'editoria collegata al mondo universitario sia dal lato della ricerca sia da quello della formazione e attraverso la quale si rende visibile e si esplicita, almeno in parte, il ruolo dell'intellettuale. L'editoria accademica come fine e strumento. Come mezzo attraverso il quale si realizza nelle sue diverse forme la comunicazione scientifica, indispensabile per l'esistenza del mondo intellettuale e

universitario. Cosa e quali sono i circuiti di diffusione culturale e scientifica e cosa s'intende per letteratura e sapere scientifico.

Ma andiamo per gradi e iniziamo a mettere in campo alcune definizioni di libro sulle quali in molti hanno ragionato nel corso dei secoli e procediamo lungo il nostro cammino.

1.1 Che cos'è un libro?

Il libro è “al tempo stesso una merce, un fermento, un simbolo, un oggetto materiale, e funziona come punto di convergenza di logiche multiple e combinate – economiche, socio-culturali, politiche, artistiche, ecc. – di cui nessuna può essere a priori trascurata dal ricercatore”.
(Infelise, 2007, p. 547).

Come scriveva negli anni Sessanta Robert Escarpit nel suo significativo e, allora, piuttosto ambizioso lavoro sull'editoria (1965 p. 18 trad. it. 1968), il libro, come ogni cosa viva, è indefinibile. Ancora oggi, come allora, forse nessuno è riuscito a darne una spiegazione veramente completa e “definitiva”. Oltretutto, oggi, le possibili “forme” del libro si sono moltiplicate rispetto a un tempo. Paul Otlet¹, studioso di bibliografia, lo descriveva alla fine dell'Ottocento, come: «Un supporto di una certa materia e dimensione, eventualmente di una certa piegatura e avvolgimento, sul quale sono riportati i segni rappresentativi di certi dati intellettuali» (cit.in De Grolier, 1954).

Anche oggi, ai tempi di internet, dell'e-book e delle nuove forme di editoria elettronica, il libro continua ad essere un oggetto “diverso”, apparentemente e a un primo approccio, semplice ma in realtà complesso nelle sue molteplici forme, tecniche di produzione e funzioni; nei suoi aspetti materiali e immateriali. Tenendolo in mano, scrive Escarpit negli anni Sessanta, «non è che carta: il libro è altrove». Ciò nondimeno esso è anche nelle pagine, infatti, il pensiero, senza il supporto delle parole stampate non potrebbe da solo diventare libro. Forse quell'altrove oggi potrebbe essere internet o un altro degli ambienti o supporti digitali dove la parola e, quindi, il pensiero esistono sotto diverse forme impresse ma non stampate su carta.

¹ Famoso per aver creato nel 1895 l'Ufficio internazionale di bibliografia attraverso il quale verrà istituito il Cdu, ovvero il sistema di Classificazione Decimale Universale e lo standard di 125 per 75 mm imposto per le schede bibliografiche che ancora oggi si usano in tutto il mondo.

Già prima che s'inventassero nuove forme di lettura digitale, il libro rappresentava solo una piccola parte delle possibili letture e di quelle effettive. Infatti, "tutte le letture possibili non sono effettive", ovvero lo stesso materiale cartaceo può essere utilizzato da più lettori², oggi lo stesso materiale digitale ha ancora più letture potenziali e forse anche molte di più effettive. Ma di questo parleremo meglio nel capitolo sull'editoria elettronica.

Un libro è una «macchina da leggere», mai tuttavia si può servirsene meccanicamente. Un libro si vende, si scambia; ma non lo si deve trattare come una merce qualsiasi perché esso è al contempo molteplice e unico, innumerevole e insostituibile (Escarpit, 1965 p. 15 trad. it. 1968).

Come vedremo meglio in seguito è frutto di tecniche e innovazioni tecnologiche messe a servizio del prodotto libro. Si potrebbe dire che questo avviene per tutti i prodotti dell'industria umana,

ma è particolare del libro che le intenzioni, le utilizzazioni e le tecniche che servono a definirlo, lungi dal lasciarsi catturare dal fenomeno, lo superano largamente, conservando in qualche modo la propria autonomia; si evolvono in relazione alle circostanze storiche; reagiscono le une sulle altre, modificando reciprocamente il proprio contenuto e facendo variare all'infinito non solo il libro stesso, ma la sua posizione e il suo ruolo nella vita individuale o sociale degli uomini" (Escarpit, 1965 p. 15 trad. it. 1968).

Il libro è passato attraverso varie fasi e diverse definizioni nel corso di questa evoluzione. Ancora oggi, in questo primo decennio del XXI secolo, vive l'incertezza di una continua trasformazione che lo vede ancora al centro della scena dei mutamenti culturali e sociali, così come lo è stato nei secoli passati e sin dalla sua nascita.

«Non esiste *una* definizione di libro» (Barker, 1965 p. 17 ed. orig.). Ogni paese ha a lungo stabilito e mantenuto una propria definizione tecnica fino a che, il 19 novembre 1949, la Conferenza generale dell'Unesco ha stabilito convenzionalmente una serie di raccomandazioni per la normalizzazione delle statistiche sull'editoria, individuando così una definizione da un punto di vista meramente tecnico. Si intende quindi per libro «una pubblicazione non periodica stampata con almeno 49 pagine, copertina non

² Come si usa dire per i quotidiani il cui numero di lettori non coincide con quello delle copie vendute, proprio perché lo stesso giornale è generalmente letto da più persone, se ne fa un uso collettivo.