

Primo nella classifica dei libri Ict più venduti su Amazon: The Adobe Photoshop Lightroom Book di Scott Kelby. Costa 8,99 euro

Secondo libro più venduto (sempre su Amazon), Windows Vista for Dummies, di Andy Rathbone. Costa 8,49 euro.

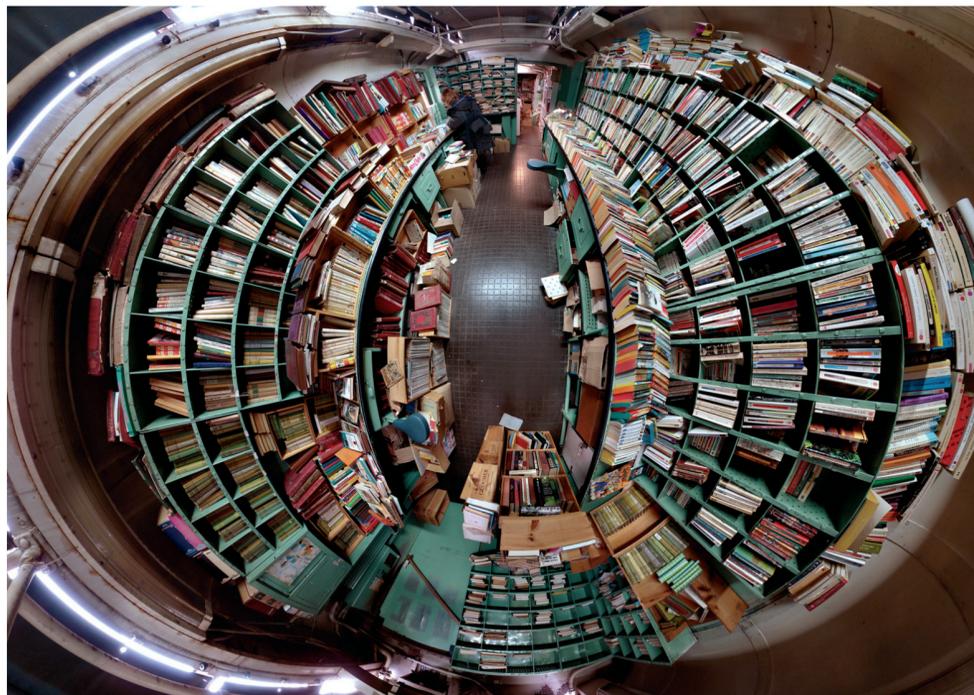
## Editoria. Tra aziende e università, il ruolo dei libri scientifico-informatici

DARIOBANFI

Quando nel 1995 venne tradotto in Italia "Being Digital" di Nicholas Negroponte in molti ritennero che stava nascendo un nuovo genere editoriale ispirato alle tecnologie. In realtà ciò che stava cambiando era più nei fatti e nella vita reale che nella letteratura, che già da tempo, nella contaminazione tra fantascienza, modernismo e temi legati alla robotica, aveva già portato in luce autori come Philip K. Dick, J.G. Ballard o William Gibson e approfondito abbondantemente anche il tema dell'intelligenza artificiale. L'impulso dato dalle BBS e poi del Web misero al centro Internet. Fu uno strappo che anche in Italia diede vita a filoni di saggiistica che oggi prendono il nome di editoria scientifico-informatica.

La novità chiamata World Wide Web convinse così nella prima metà degli anni Novanta molti editori come Feltrinelli, Garzanti, Bollati Boringhieri e altri a produrre titoli sperimentali e collane dedicate alla cultura telematica. La più nota fu InterZone di Feltrinelli rimasta in vita fino al 2003 e, in parallelo, la produzione della ShaKe Edizioni. Entrambe erano guidate da Raf "Valvola" Scelsi ed E. "Gomma" Guameri. A fianco di titoli più legati al mondo del cyberpunk e della cultura dell'hacking, proposero autori considerati ancora oggi fondamentali per la riflessione sulla tecnologia contemporanea: Pierre Lévy, Derrick de Kerckhove, David Lyon, Mark Déry, Steven Levy e lo stesso Tim-Berners Lee. Alla fine degli anni Novanta altri editori, come Apogeo, Cortina o Mondadori, seguirono l'esempio investendo su titoli legati alla cultura underground ed hacker. Racconta Raffaele Scelsi: "In quel momento riuscimmo ad anticipare temi e dibattiti che ancora oggi sono ampiamente trattati, come il copyright, la privacy, l'overload informativo, il digital divide, cruciali per la cultura informatica. Abbiamo anticipato la questione della globalizzazione, fornendo strumenti teorici e categorie di base per le conversazioni odierne". In contemporanea si andava diffondendo e consolidando anche un'anima commerciale dell'editoria

*All'inizio fu Being Digital di Nicholas Negroponte, che sembrò lanciare un nuovo genere. Oggi l'offerta editoriale dedicata alle tecnologie trova in due principali filoni l'anima guru e quella commerciale del suo mercato*



# Manuali, saggi, guide Si può raccontare l'ICT?

Forbice di prezzi per i due segmenti: anche sopra i 30 euro per i libri a contenuto specialistico, fin sotto i 10 per manuali entry level

informatica, ovvero la manualistica. A partire dalla diffusione del primo sistema operativo per personal computer nel 1992-93 la produzione di titoli dedicati al software e all'hardware esplose. Se in precedenza, infatti, la manualistica era considerata per tecnici, con la diffusione dell'informatica consumer e personale e, in seguito, della telefonia, l'offerta fu rivolta anche a un pubblico di massa, compresi i cosiddetti dummies. All'inizio fu McGraw Hill a fare da ponte tra Stati Uniti e Italia per numerosi titoli tecnici, ma via via ogni editore (Pearson, Hoepli ecc.) trovò canali e specializzazioni. Oggi Apogeo produce circa 120 titoli all'anno, Mondadori Informatica 70.

Tra le due anime editoriali, la prima nobile e di alto profilo, la seconda tecnica e più commerciale, fu però quest'ultima ad avere la meglio. A partire dagli anni 2000 la saggiistica dedicata a Internet e ai mezzi di comunicazione di massa si arricchì comunque dell'apporto di due famiglie di autori eterogenei: da una parte docenti universitari e ricercatori,

dall'altra una folta schiera di manager, giornalisti, opinionisti e associazioni che hanno contribuito alla produzione di contenuti orientati al business e prodotto testi che mescolavano discipline classiche e tecnologie. Dal 2002 si moltiplicarono i titoli di Web marketing, e-business, strategia aziendale, comunicazione e diritto. La saggiistica di informatica, arricchendosi, si è così diversificata, prendendo mille

strade oggi battute da quasi tutte le case editrici. Come si può notare entrando in una libreria, la manualistica ha continuato a seguire lo sviluppo tecnico (puntando specialmente sulla computer graphics, la programmazione e Internet), mentre la saggiistica ha moltiplicato nel complesso i titoli, ma pesando sempre di meno in termini relativi sui singoli editori. "Il Web non è più una novità. Oggi si tratta

esclusivamente del mezzo come strumento di comunicazione di massa, oppure dei fenomeni che transitano da Internet", spiega Raffaele Scelsi. Questo significa: blog, social network, e-commerce, servizi Web ed entertainment. C'è poi anche un motivo commerciale che influenza il mercato. "Nelle librerie lo spazio per l'informatica è sempre più ridotto - spiega Marco Ghezzi, amministratore delegato di Apogeo - e la produzione si sta orientando meno sulla saggiistica".

Dal punto di vista della manualistica invece, dopo la sbornia di Internet degli anni passati, si sta puntando su contenuti specialistici oppure, al contrario, su manuali entry level, creando una vera forbice anche nei prezzi: sopra i 30 euro oppure sotto i 10. Il testo oggi più venduto da Mondadori Informatica, per esempio, è Microsoft Windows Vista, un tascabile da 9 euro. Per Apogeo, CSS Guida completa a 35 euro. In Italia il numero di titoli di informatica si aggira intorno ai 650 all'anno tra novità, ristampe e riedizioni, escludendo quelli scolastici, per oltre 2 milioni di copie vendute. Non è molto considerando il fatto che secondo l'AIE, Associazione Italiana Editori, si sfiorano nel nostro Paese complessivamente circa 53.000 titoli all'anno. "Oggi molta informazione transita già da Internet e gli editori - continua Marco Ghezzi - puntano a meno informatica e a prezzi più bassi. Il computer è ormai una commodity e di conseguenza tutta la manualistica di consumo che tratta di tecnologie si sta riorientando in questa direzione".

**COMUNITÀ A TEMA**  
Dagli anni della bolla dell'editoria ha visto nascere più fasi: meno cultura hacker più saggiistica universitaria

## Al Senato i Comuni sono online

Debutta la banca dati sul patrimonio delle città italiane

**Dai manoscritti degli statuti** comunali del Trecento alle edizioni a stampa delle storie locali. Il Senato della Repubblica mette online la più importante banca dati sulla storia dei Comuni d'Italia. Presentato dal presidente della Commissione per la Biblioteca e l'Archivio storico, Sergio Zavoli, insieme al sottosegretario al ministero per i Beni e le attività culturali Andrea Marcucci, il progetto "La storia dei Comuni italiani nella Biblioteca del Senato" mette in rete un patrimonio di documenti, immagini e bibliografie sulle città e località grandi e piccole del territorio nazionale (nei confini attuali e in quelli degli stati preunitari), con un'operazione rivolta in particolare a studenti, ricercatori, studiosi, cittadini. Una procedura semplificata consentirà la consultazione contemporanea dalla finestra web accessibile dal sito del Senato a tutto quanto posseduto dalla Biblioteca su una determinata località. La banca dati è frutto della collaborazione tra la Biblioteca e il Servizio Informatica del Senato, e "La storia dei Comuni italiani nella Biblioteca del Senato" sarà presente nel Portale della Cultura italiana di prossima inaugurazione.



**SHARING BOOKS**  
Il servizio di Anobii permette condivisione e scambio di libri

## Con il Web2 si condivide anche la recensione

Condividere le opinioni sulle proprie letture non è poi così complicato ai tempi del Web 2.0. E se fino a poco tempo fa bastava aggiungere un parere sotto la presentazione ufficiale del libro esposto in vetrina presso siti di e-commerce, recentemente è possibile anche svincolarsi dallo spazio commerciale.

Il servizio di maggiore successo che consente di elencare libri, produrre "sharing thoughts" e incontrare altri lettori porta il nome

di Anobii (<http://www.anobii.com>), una specie di Last.FM (che consente di condividere gusti musicali) per i libri. Il servizio permette di segnalare letture, di trovare libri simili ai propri gusti, commentarli ed eventualmente scambiarli con gli altri utenti. Chi ha un account su Amazon.com può anche usare i codici ISBN per caricare i libri nelle aree condivise. Oggi a Nobii è arrivato a quota 680.000 libri recensiti, in buona parte anche italiani. Iniziativa in linea, ma meno

funzionale, è quella promossa da BlogBabel (<http://it.blogbabel.com>) che ha implementato nel proprio motore di ricerca un sistema automatico di individuazione delle recensioni di libri pubblicate su blog. Il portale, trovando in Rete titoli e recensioni in italiano, segnala le copertine dei libri e i link ai siti personali. Più guidata, invece, è l'attività di Booksblog (<http://www.booksblog.it>), sistema di nanopublishing che pubblica segnalazioni di temi letterari e libri e con-

sente commenti aperti. E se ancora non basta per trovare libertà d'espressione si può scendere in profondità, puntando su critici semiprofessionisti che offrono spunti di lettura e conversazioni a tema. I nomi storici del mondo dei blog letterari, alcuni scritti in gruppo altri individuali, sono certamente Nazione Indiana (<http://www.nazioneindiana.com>), Carmilla (<http://www.carmillaonline.com>) e Lippertura (<http://loredanallipperi.blogspot.com>).



**L'intervista.** Enrico Menduni, autore di un nuovo saggio sui «Media digitali»



## «Così l'Italia dei media vola verso il mass market»

I nuovi ecosistemi nati dall'incontro fra i mezzi di comunicazione tradizionali e Internet

Second Life, web2, Flickr, YouTube. Protagonisti consueti del mondo ad alta tecnologia da cui siamo circondati. Un po' meno consueti se l'angolazione con cui li si guarda arriva dall'università e dallo sguardo di un professore, Enrico Menduni, che è anche e soprattutto giornalista (collabora stabilmente con il nostro giornale), da sempre appassionato di intrecci linguistici, biologo di ecosistemi che nascono dalla contaminazione fra mezzi. È proprio sulla fotografia di questa contaminazione, dell'attimo fuggente dell'incontro fra vecchi e nuovi media, che si basa "I media digitali" (Laterza, 200 pagine, 12 euro), ideale prosecuzione dei "Linguaggi della radio e della televisione" che con le sue 9 edizioni resta un best seller della saggiistica sui mezzi di comunicazione.

**Né manuale né saggio economico sulle nuove tecnologie. Professor Menduni, come vogliamo definire il suo nuovo libro?**

Intanto è un libro scritto da un singolo autore, non un'antologia di specialisti chiamati a raccolta sullo stesso tema. La mia osservazione parte a ritroso: più che le nuove tecnologie metto a fuoco il tipo di processo che hanno messo in moto. Non tanto l'hi-tech quanto l'incontro dell'hi-tech con il vecchio media e il tipo di attitudine sociale che determina. Non il cosa, ma il come. Un salto indietro di pochi anni ci riporta a un'era in cui Internet era ancora qualcosa per addetti ai lavori: la sua esplosione avviene nel momento in



«La lezione di Lev Manovich insegna che più che il nuovo mezzo conta l'analisi dell'interazione fra i vari mezzi»

si incontra con tecnologie fino ad allora predominanti.

**Quello che lei dice è in sostanza che non vale tanto l'invenzione, quanto la coniugazione in altri ambiti.**

Il nostro presente "moderno" è fatto di cose vecchie e nuove: cose vecchie rimodellate in un ambiente digitale. Anche il libro segue questo andamento: una prima parte fa il punto sui media, sull'informatica, sulle tlc: il loro avvento, il loro ruolo economico,

digitale, i sistemi di localizzazione, il superweb...

**Un'evoluzione del suo libro precedente, "I linguaggi della radio e della televisione"?**

Mi sono accorto che ogni teoria sulla radio e la televisione, con l'avvento del digitale non valeva più niente. Internet ha obbligato a una torsione totale. Era necessario un salto, dunque un altro libro, stavolta sul matrimonio fra media, pc e Internet.

**La saggiistica italiana sull'Ict ha caratteristiche che la differenziano da quella straniera, in particolare anglosassone?**

In Italia avvertiamo un obbligo costante di storicizzazione che all'estero non esiste. In questo senso, hanno fatto scuola per me i testi di Lev Manovich che per primo ha messo a fuoco l'interazione fra mezzi, più che i mezzi stessi. Oggi è la convergenza, e l'abbraccio fra vecchio e nuovo che va analizzato, i cellulari accanto a Flickr, il lettore Mp3 e i device satellitari.

**A chi è diretto il libro?**  
Dal momento che non ho dato un impianto didascalico al mio lavoro immagino destinatari che appartengono a ambiti diversi: quello degli utenti accanto a quello di chi studia e lavora all'università, nei master, nei laboratori. Più che ai singoli fenomeni ho guardato ai processi che li hanno determinati, agli ambiti economici, sociali, politici. Non un approccio da professore, ma da giornalista.

R.C.

## LIBRI

A cura di LUDOVICA RICCIARDI

È uno studio sul trasferimento tecnologico di origine spaziale alle imprese realizzato da Spazio Venture Capital srl per

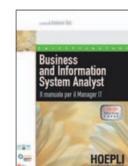
l'European Space Agency nel corso del 2003. Nella prima vengono date definizioni e descrizioni di diversi percorsi di trasferimento e viene esaminato il mercato del trasferimento tecnologico spaziale in termini reali. Nella

seconda parte si esaminano gli strumenti concreti del trasferimento tecnologico di tipo giuridico-contrattuale ed economico finanziario.

**Trasferire tecnologie. Il caso del trasferimento tecnologico di origine spaziale in Europa**

DI FABIO BISCOTTI  
E MARCO SAVERIO RISTUCCIA  
256 PAGINE, 19 EURO  
RICERCHE MARSILIO

Il testo nasce dalle esperienze vissute dall'autore e si propone come riferimento per coloro che intendono acquisire una formazione completa sulla gestione dei sistemi informativi aziendali. L'interconnessione degli argomenti svolti permette di acquisire elementi di Financial Management, Project Management, Business Risk, IT Security, IT Organizational Structure, System Development,



per conseguire una visione completa del business aziendale e dell'utilizzo delle tecnologie informatiche.

**Business and Information System Analyst. Manuale per il Manager IT**

DI ANTONIO TETI  
504 PAGINE, 39,90 EURO  
HOEPLI INFORMATICA

Come distinguere in un'impresa la crescita vera da quella apparente? In che modo riconoscere i profitti buoni da quelli cattivi? Per rispondere a queste domande

Reichheld introduce un nuovo strumento di misurazione: NPS (Net Promoter Score). Mostra alle imprese come intraprendere la strada giusta per sperimentare una crescita reale. Questo sistema serve a focalizzare l'intera organizzazione sull'obiettivo di offrire a ogni cliente un'esperienza migliore.

**Buoni e cattivi profitti. Il Cliente come promotore dell'impresa**  
DI FRED REICHELHOLD  
225 PAGINE, 20 EURO  
ETAS