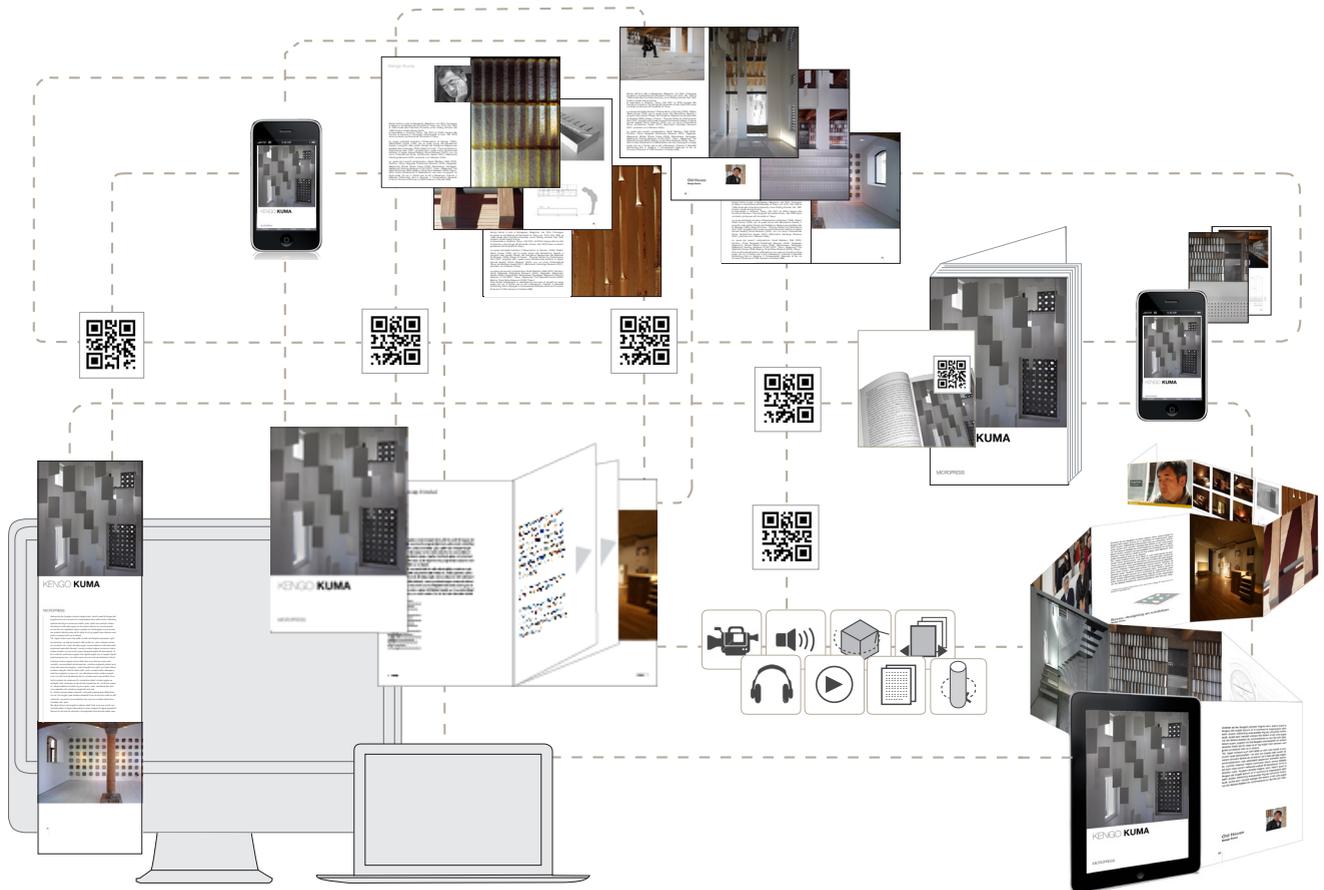


MICROPRESS

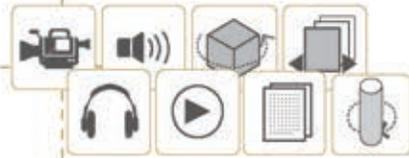
Concept



IL LIBRO



E-BOOK
Interattivo e multimediale



LIBRO DIGITALE_PDF
fruizione delle pagine a scroll verticale

LIBRO DIGITALE
fruizione delle pagine a sfoglio

ESPERIENZE DI LETTURA E DI FRUIZIONE DEI CONTENUTI DELLA COLLANA EDITORIALE MICROPRESS. LIBRO, COMPUTER, DEVICES, SMARTPHONE SI INTEGRANO QUALI SUPPORTI FISICI PER LA DIFFUSIONE DEI DIVERSI FORMAT NARRATIVI E COMUNICATIVI UTILIZZANDO SINERGICAMENTE CARTA STAMPATA, SCHERMI ELETTRONICI, VIDEO, RAPPRESENTAZIONI 3D, AUDIO, LINK DI RINVIO AD ARTICOLI DI APPROFONDIMENTO SULLA RETE DI INTERNET.

ARTEFATTI COMUNICATIVI

Micropress. Un progetto di self-publishing universitario*

Alfonso Acocella

LE NUOVE SFIDE DELL'UNIVERSITÀ PUBBLICA

Il modello universitario ottocentesco di matrice tedesca – che ha coniugato, per quasi un secolo e mezzo, ricerca e didattica nel *nome* e negli *interessi* degli Stati nazionali con il compito di formare le élite – è stato travolto nell'ultimi cinquant'anni da fattori strutturali diversi ma sinergicamente erosivi, fra cui è possibile evidenziare:

- la diffusione dell'Università di massa;
- la moltiplicazione dei luoghi di produzione della conoscenza;
- il superamento degli Stati nazionali a favore di spazi economici e culturali sovranazionali
- lo sviluppo globale della Rete che ha innovato, insieme a tanti settori dell'economia, i modi tradizionali di produzione e trasmissione del sapere.

A fronte di questa mutazione profonda della società sta operando nel nostro Paese, oramai da alcuni anni, la riforma degli Istituti accademici. Tutti gli Atenei italiani si sono dotati recentemente di nuovi statuti i cui rinnovati organismi di governance ridefiniscono la fisionomia delle strutture di ricerca e di formazione per molti lustri a venire.

È stato proiettato sul corpo tradizionale dell'Università pubblica il modello inedito di un'Università che si vorrebbe più attiva, produttiva (addirittura "imprenditrice") in cui i vari Atenei – e gli stessi Istituti di ricerca e di formazione – sono posti a competere fra loro.

All'interno di questo mutato orizzonte di riferimento è in forte evidenza la progressiva riduzione di risorse per l'Università pubblica, l'invecchiamento medio dei professori, lo scarso turnover dei docenti, la richiesta di una esternalizzazione delle competenze universitarie per il reperimento di risorse utili alla ricerca e, forse, fra qualche anno anche al sostegno dell'offerta didattica sovradimensionata, oggi, rispetto agli organici dei docenti strutturati (a meno che non si sarà disposti a ridurre il numero degli ingressi nei singoli corsi di laurea o delle docenze a contratto).

Se produrre ricerca, erogare formazione, diffondere sapere costituiscono a tutt'oggi per l'Università il focus centrale della sua missione è altrettanto evidente (e non a lungo procrastinabile) la necessità di formulare ipotesi di innovazione di tale asset e, contestualmente, mettere in atto strategie di reperimento di finanziamento, varare progetti innovativi facendo leva anche su strumenti più incisivi di esternalizzazione e disseminazione della conoscenza.

Questa sfida lanciata all'Università richiede un ripensamento del proprio ruolo e una maggiore consapevolezza delle potenzialità interne, abbandonando l'atteggiamento inerte, lento, resistente all'innovazione e valorizzando le dotazioni di spazio, di tempo, di risorse intellettuali disponibili.

A sostenere questo cambiamento può concorrere l'adozione e la valorizzazione delle tecnologie digitali, viste sia come strumenti di registrazione del sapere, sia come reti di relazione e di comunicazione;

* IL PROGETTO GRAFICO DELLA FAMIGLIA DI PRODOTTI EDITORIALI MICROPRESS È DI GIULIA PELLEGRINI, MEMBRO DEL NETWORK DI LAB MD.

tecnologie digitali (sotto forma di software, piattaforme web, archivi di memoria, stampanti, prototipatori...) sempre più potenti, economiche e pervasive che solo fino a qualche lustro fa richiedevano costosi investimenti e che oggi sono nelle possibilità di investimento di ogni istituzione accademica.

Oramai le strutture universitarie sono potenzialmente in condizione di promuovere in autonomia le loro attività di formazione, di disseminare i risultati della ricerca attraverso vari format e canali comunicativi (pubblicazioni in self-publishing, siti, tv, radio autogestite) indirizzati a informare, valorizzare idee, progetti, servizi, prodotti.

Istituzioni universitarie, quindi, come rinnovati soggetti di ricerca e di produzione di contenuti, sostenuti dall'ampia disponibilità di tecnologie digitali che stanno progressivamente smaterializzando i prodotti culturali tradizionali facendo perdere loro – in molti casi – lo statuto di oggetti solidi e costosi, all'interno di una società che viene "plasmata" e "si forma" sempre più attraverso l'immateriale.

La componente universitaria può sfruttare ampiamente questo mutamento dell'ecosistema legato alla conoscenza, al sapere, all'informazione abbandonando la prassi di "svendita" dei contenuti della ricerca ad editori privati ed intraprendendo la strada del self-publishing per la produzione, gestione, valorizzazione e distribuzione delle opere intellettuali sia mediante i tradizionali artefatti cartacei, sia attraverso i format e i canali digitali dove i costi da sostenere sono incomparabilmente minori.

Un più strategico e strutturato collegamento fra mondo accademico e produzione editoriale può dar vita anche in Italia – sull'esempio delle University press, da tempo consolidate del mondo anglosassone – a collane e riviste scientifiche in versione elettronica indirizzate a promuovere e diffondere i risultati della ricerca accademica. D'altronde se buona parte della spesa universitaria è finanziata attraverso fondi pubblici si può coerentemente mettere in discussione la cessione dei risultati della ricerca ad editori privati, accollandosi spesso ulteriori costi per la diffusione dei contenuti.

Se risulta, obiettivamente, difficile competere con gli editori privati nella produzione di artefatti culturali tradizionali (libri, riviste, giornali) vista la necessità di possedere rilevanti capitali e asset aziendali, altrettanto non può dirsi all'interno degli innovativi format digitali.

Gli Atenei, disponendo all'interno delle varie comunità accademiche di tutte quelle competenze necessarie alla produzione intellettuale del sapere (ricercatori, autori, editor, traduttori, illustratori, grafici, programmatori, designer...), possono iniziare a liberarsi, attraverso la creazione di piattaforme digitali autogestite di editazione, dalla cessione della titolarità (proprietà) dei contenuti e dall'ulteriore assunzione dei costi di pubblicazione imposti dagli editori diventati – soprattutto nel settore scientifico del nostro paese – semplici cinghie di trasmissione fra autori e stampatori senza più assolvere alle loro funzioni tradizionali e fondamentali di selezione, filtro, revisione, editing dell'impianto redazionale delle opere.

Un ecosistema culturale – quello innovato dalla rivoluzione digitale – che risulta assai diverso dalle forme tradizionali di trasmissione del sapere. Oramai i contenuti informativi, le nuove idee, le teorie e le visioni del mondo non sono più univocamente prigionieri dei supporti fisici in quanto, nella loro essenza immateriale, possono essere duplicati e diffusi senza limitazioni e con costi prossimi allo zero.

Se i format legati alla carta stampata (libri, riviste, giornali) hanno rappresentato – e continueranno a rappresentare – un modo di organizzare, strutturare, diffondere contenuti e conoscenza per una fruizione lenta effettuata in profondità, le nuove infrastrutture digitali che





I FORMATI CARTACEI E DIGITALI
DELLA COLLANA EDITORIALE
MICROPRESS DI LAB MD.
(in questa pagina e nella precedente)

trasmettono informazioni in forma di bits ha dischiuso l'orizzonte della fluidità del sapere e della sua espansione su scala globale su cui una intera generazione di intellettuali, di ricercatori, di accademici si sta interrogando.

L'interesse sociale della ricerca pubblica universitaria può, conseguentemente, puntare alla massima circolazione del sapere svincolandosi progressivamente dagli interessi degli editori privati indirizzati invece ad "imbrigliarla" in supporti e canali distributivi di natura proprietaria per massimizzarne vendite e profitti.

Per tutta una serie di categorie di contenuti – soprattutto di quelli collegati alla ricerca scientifica universitaria che ci interessa particolarmente – oggi diventa possibile progettare e gestire, a costi molto bassi, forme aperte di circolazione e disseminazione del sapere sull'onda di quanto promosso dal movimento Open Access, indubbiamente più vantaggiose e sostenibili per le comunità scientifiche e la stessa collettività.

Istituendo e moltiplicando le iniziative universitarie in self-publishing, accessibili liberamente on line, è possibile progressivamente valorizzare la ricerca universitaria e promuovere lo sviluppo di una informazione e comunicazione istituzionale.

In questo inedito orizzonte di ripensamento e rinnovamento culturale dell'Università s'inscrive l'attività del Laboratorio di ricerca Material Design (Lab MD) del Dipartimento di Architettura dell'Università di Ferrara.

Lab MD ha accettato da alcuni anni tale sfida approfondendo, attraverso un network collaborativo, i processi dell'innovazione universitaria indirizzandosi a coniugare strategicamente reperimento di finanziamenti, sviluppo di ricerca scientifica e di progetti culturali in collaborazione con il mondo istituzionale e della produzione.

La sfida è basata non più solo sulla capacità, da parte del network Lab MD, di fare ricerca e creare contenuti bensì sul più ambizioso obiettivo di dar vita a processi che includano il fund raising istituzionale, la gestione di reti relazionali, l'auto-produzione e la valorizzazione degli artefatti culturali.

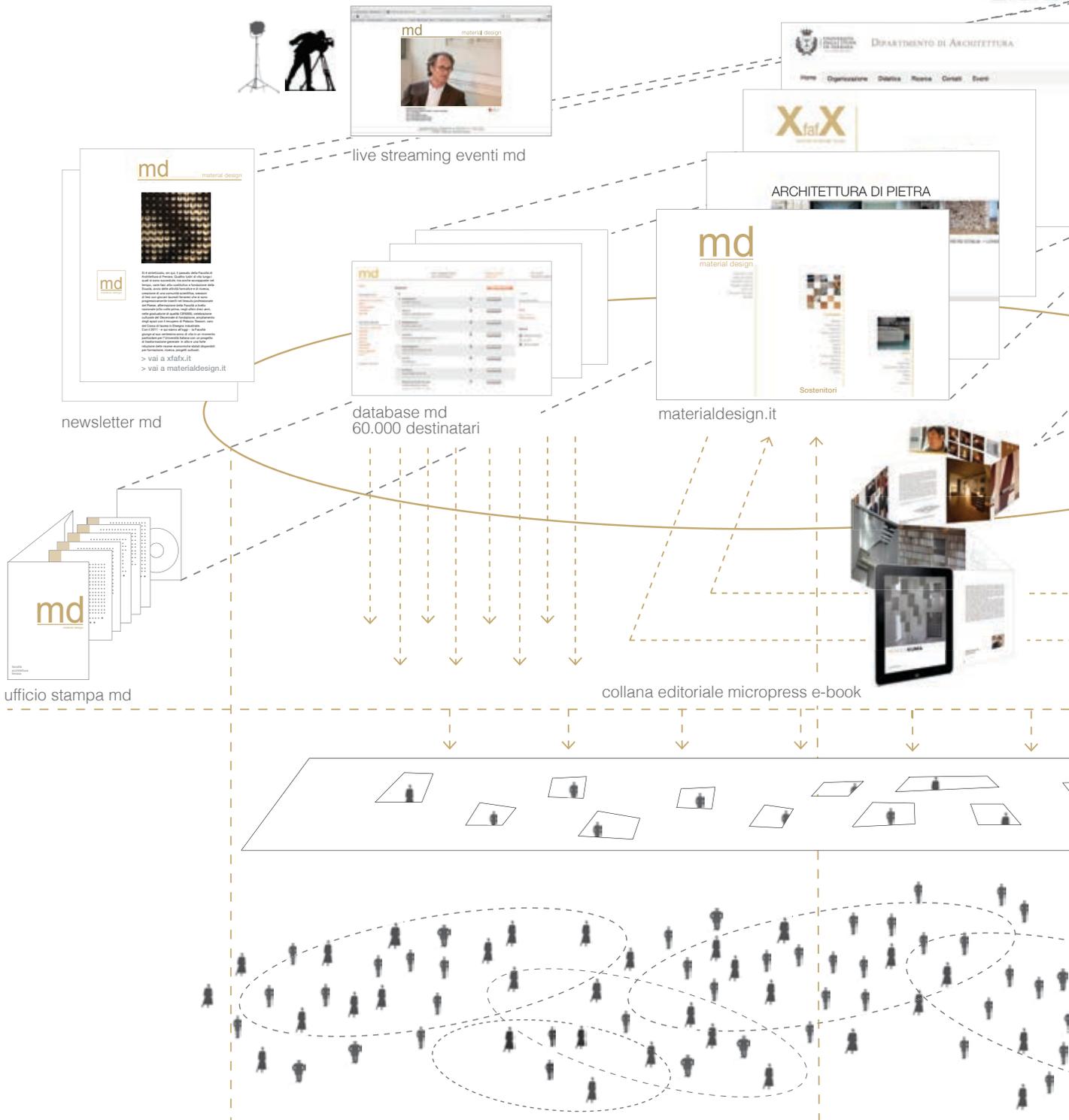


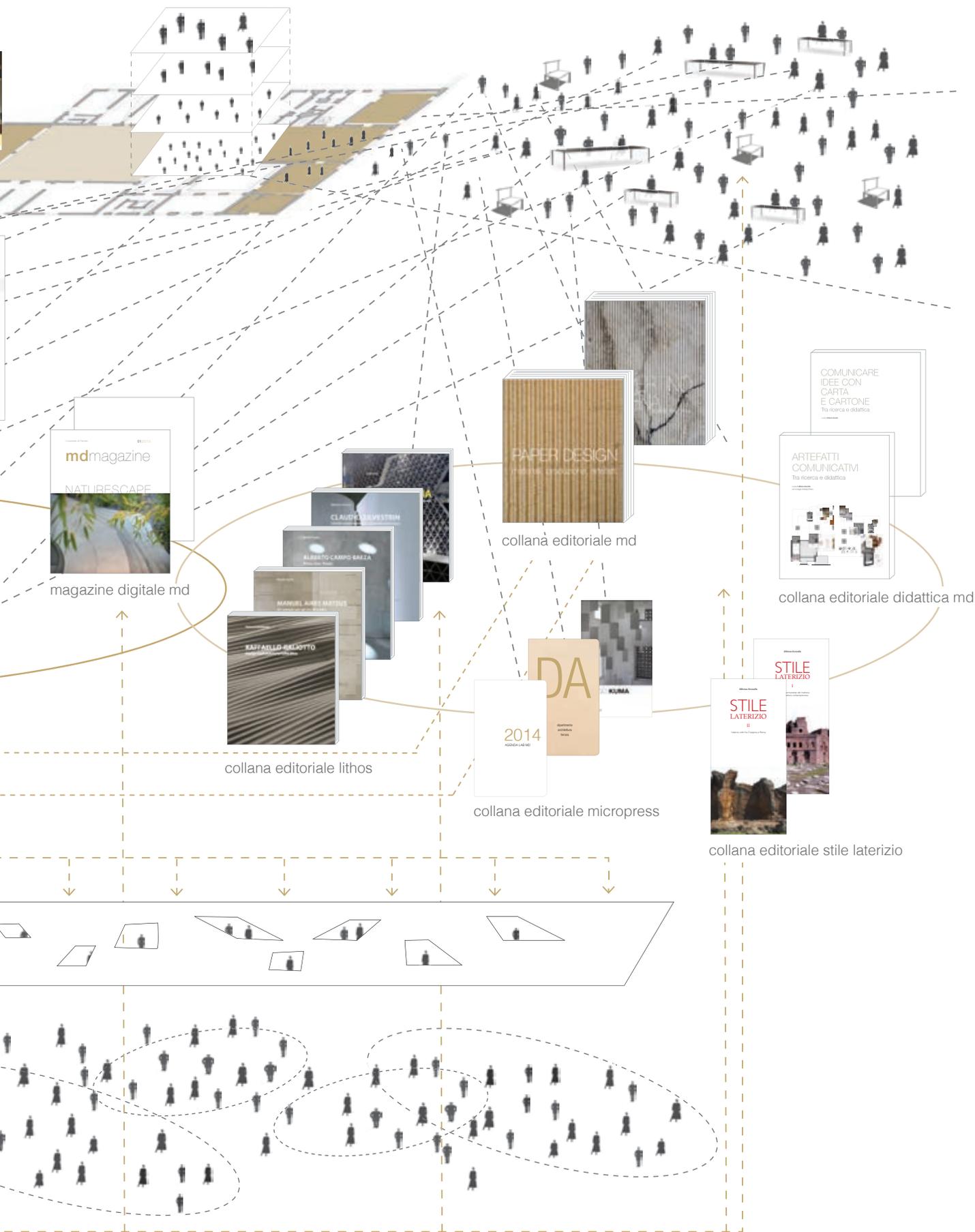
IL FOUND RAISING UNIVERSITARIO
FRA NECESSITÀ ED OPPORTUNITÀ
ISTITUZIONALE DI INNOVAZIONE.

Prodotti culturali – quelli ideati da Lab MD – intesi sia come oggetti materiali (quali sono i format editoriali a stampa, capaci di includere – nella loro specifica natura – l'attitudine ad essere maneggiati, regalati, conservati e trasmessi alle future generazioni) sia come flussi di contenuti immateriali disgiunti rispetto ad un univoco supporto fisico di registrazione, trasmessi attraverso i canali istituzionali di Lab MD e fruibili attraverso le molteplici e diversificate interfacce a schermo.



Palazzo Tassoni Estense. Sede Lab md



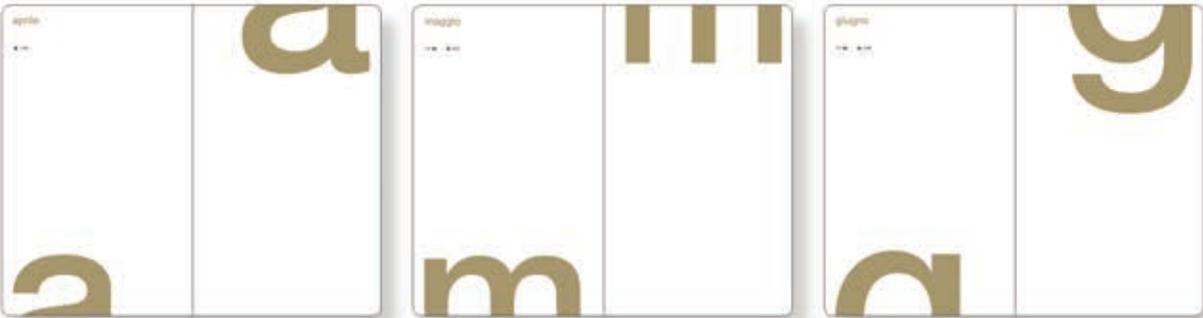




PRIMO FORMAT PROGETTATO
(E REALIZZATO) DELLA FAMIGLIA
DI PRODOTTI EDITORIALI MICROPRESS
È RAPPRESENTATO DALLE AGENDE.
SI TRATTA DI AGENDE MOLTO
PARTICOLARI E VERSATILI,
DI NATURA "BIFRONTI".



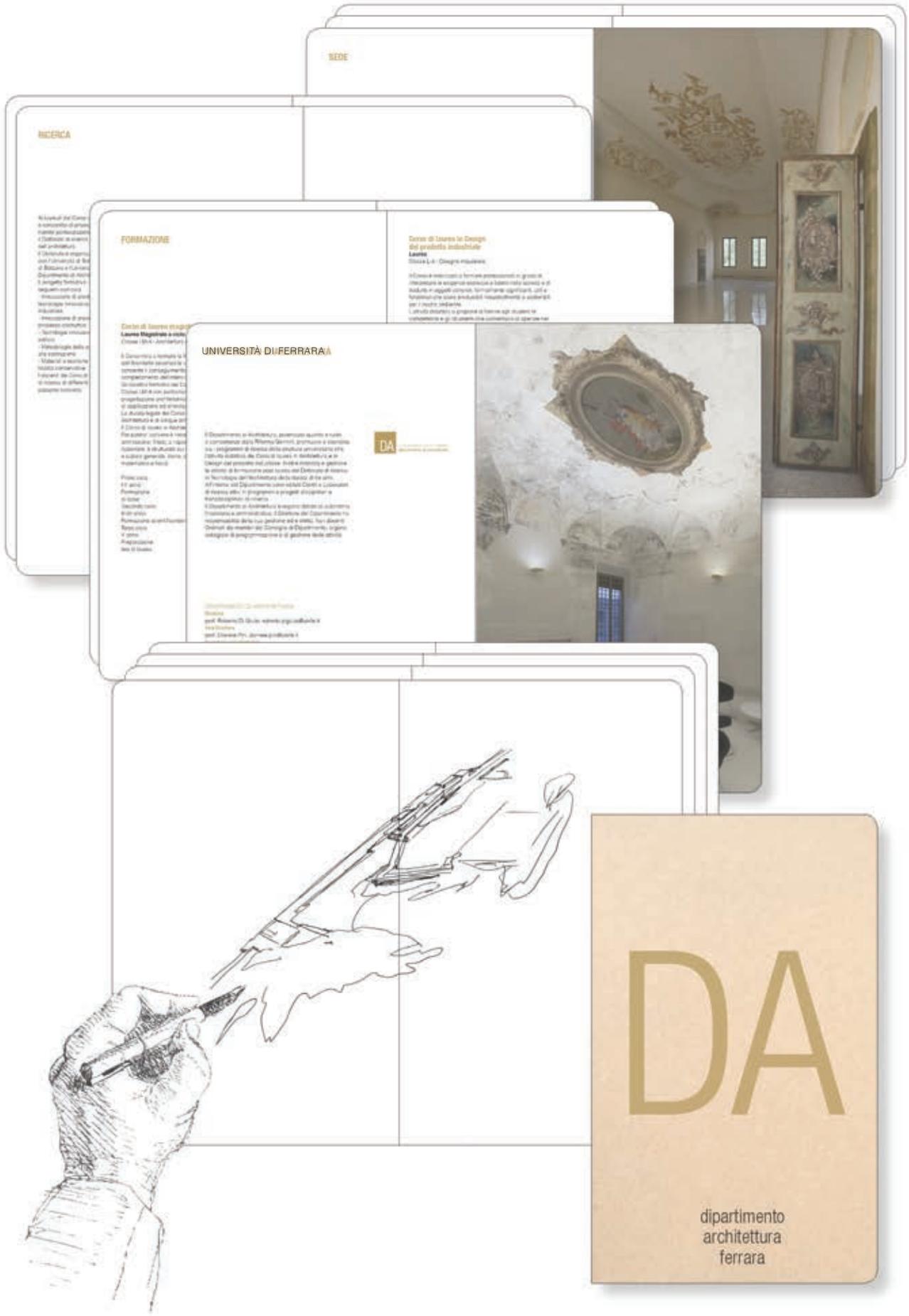
AL RITMO SERRATO
E CONDIZIONANTE DEL
"TEMPO DEI DOVERI" CHE
SCANDISCE PERENTORIAMENTE
GLI AVVENIMENTI E LE COSE
DA FARE LE AGENDE MICROPRESS
INTRODUCONO DELLE PAUSE,
DELLE CESURE SPAZIALI DISPONIBILI
AD ACCOGLIERE ISCRIZIONI
ISTANTANEE - TRACCE TANGIBILI
DELLE IDEE CHE AFFOLLANO
LA NOSTRA VITA, IL NOSTRO
IMMAGINARIO, LA NOSTRA
MICROPROGETTUALITÀ
QUOTIDIANA - CONSCI DEL
VALORE DELLA REGISTRAZIONE,
DELLO "SCRIPTA MANENT"
A FRONTE DEL "VERBA VOLANT".





L'AGENDA MICROPRESS PROPONE, NEL SUO SVILUPPO CONCLUSIVO, CONTENUTI INFORMATIVI O NARRATIVI. LÀ DOVE L'AGENDA-MEMORANDUM ESAURISCE LA SUA "GITTATA" TEMPORALE, L'ARTEFATTO CARTACEO SI APRE A SHORT STORIES RESTITUENDO UN CORPUS DI CONTENUTI, UN TEMA SPECIFICO NEL TENTATIVO DI ARRICCHIRE, DI RENDERE IN QUALCHE MODO PIÙ INTERESSANTE E INTRIGANTE IL PRODOTTO-AGENDA. NELL'AGENDA MICROPRESS 2013 È STATO PRESENTATO IL LABORATORIO DI RICERCA MD DEL DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA DELL'UNIVERSITÀ DI FERRARA.





SEDE

RICERCA

Il lavoro del Corso è incentrato su attività di ricerca e sviluppo, in collaborazione con i partner del territorio e con i Dipartimenti di Architettura e Ingegneria dell'Università di Ferrara e di Bologna e di altri atenei italiani e stranieri. L'attività di ricerca è svolta in stretta collaborazione con i partner del territorio e con i Dipartimenti di Architettura e Ingegneria dell'Università di Ferrara e di Bologna e di altri atenei italiani e stranieri.

FORMAZIONE

Corso di Laurea triennale in Architettura
 Classe L-9/1 - Architettura

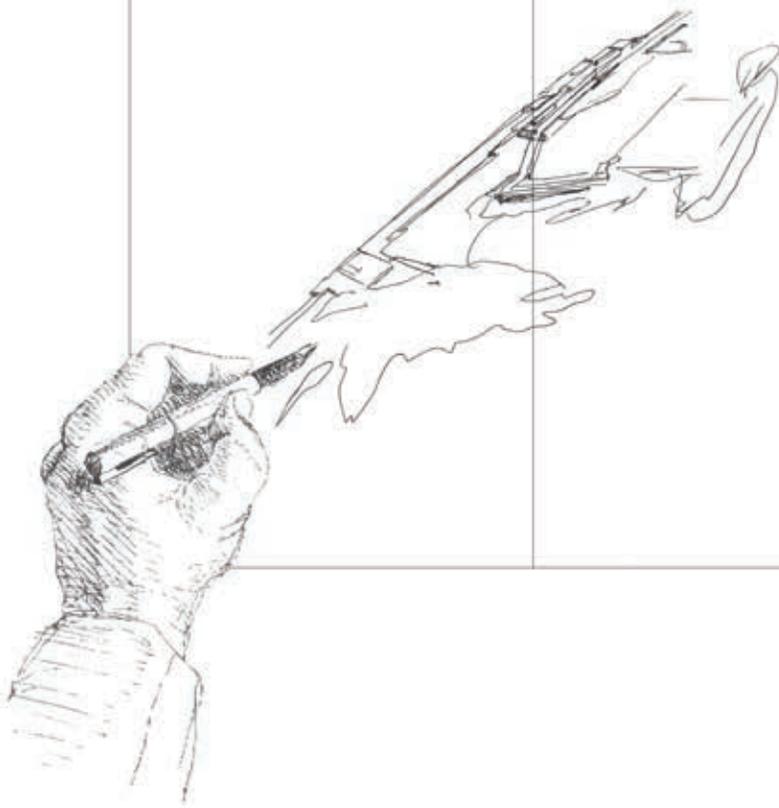
Il Corso di Laurea triennale in Architettura è articolato in tre anni di studio. Il primo anno è dedicato alla formazione di base, il secondo e il terzo anno sono dedicati allo studio di progetti e alla progettazione architettonica.

Corso di Laurea in Design del prodotto industriale
 Classe L-9 - Design industriale

Il Corso è articolato in tre anni di studio. Il primo anno è dedicato alla formazione di base, il secondo e il terzo anno sono dedicati allo studio di progetti e alla progettazione del prodotto industriale.

UNIVERSITÀ DI FERRARA

Il Dipartimento di Architettura, gestisce quattro nuclei di competenza: il nucleo di Architettura, il nucleo di Design del prodotto industriale, il nucleo di Ingegneria dell'architettura e il nucleo di Ingegneria del territorio. Il Dipartimento è articolato in tre sezioni: la Sezione di Architettura, la Sezione di Design del prodotto industriale e la Sezione di Ingegneria dell'architettura e del territorio.



DA

dipartimento
 architettura
 ferrara



CARNET MICROPRESS COME TACCUINI PREZIOSI, MANEGGEVOLI, TASCABILI, DISPONIBILI AD ACCOGLIERE APPUNTI, SCHIZZI E FISSARE – INDELEBILMENTE – DATI, IDEE, VISIONI PRIMA CHE SVANISCANO NEGLI STATI FLUIDI E VOLATILI DELLA MENTE. I CARNET DI MICROPRESS NON SONO SEMPLICI TACCUINI PROPONENDOSI, AL PARI DELLE AGENDE, COME ARTEFATTI CARTACEI 'BIFRONTI'. OLTRE AD OFFRIRE SPAZIO PER ANNOTARE, DISEGNARE, REGISTRARE IDEE, INTRODUCONO A REALTÀ ISTITUZIONALI, ASSOCIATIVE, AZIENDALI ATTRAVERSO DELLE MICRO PRESENTAZIONI O NARRAZIONI.

MICROPRESS. UN PROGETTO IN SELF-PUBLISHING DI LAB MD

Nell'intersezione tra astrattezza dei prodotti della mente e fisicità della materia, tra dimensione virtuale del tempo – sospeso fra passato, presente e futuro – e segni tangibili dell'uomo quali tracce di memoria, s'inscrive il progetto in self-publishing Micropress concepito dai membri del network di Lab MD nel ruolo di makers, di "nuovi artigiani" della conoscenza che coniugano idee, progetti, passione per la sperimentazione e apertura verso le filiere dell'auto-produzione materiale e immateriale in avvio del terzo millennio. Micropress identifica all'interno dell'orizzonte materiale una famiglia di piccoli artefatti cartacei "nomadi" – agende, carnets in forma di taccuini, volumi – finalizzati a organizzare e dare senso al tempo, a fissare i resoconti di incontri, a raccogliere le riflessioni e l'immaginazione degli individui, a comunicare profili o short stories dei soggetti coinvolti, di volta in volta, nelle ricerche e nelle collaborazioni istituzionali di Lab MD.

Pur invasi e circondati da dispositivi e format comunicativi di natura elettronica, gli artefatti di carta – finalizzati alla trasmissione della conoscenza o alla semplice registrazione di segni, di idee, di abbozzi di progetti – rimangono ancora fondamentali, duttili ed irrinunciabili, integrandosi efficacemente a quelli del mondo digitale. Per gli individui della società fluida contemporanea – spinti alla veloce programmazione e alla gestione di un tempo "accelerato", all'organizzazione di spostamenti e viaggi sempre più frequenti, alla registrazione di decisioni emerse in incontri di lavoro, alla lettura breve e discontinua effettuata spesso in mobilità – è pensata la famiglia dei prodotti Micropress ideata per comunicare i progetti svolti per l'Università e per i Sostenitori di Lab MD.

Gli artefatti Micropress sono sviluppati nell'officina creativa di Lab MD quali occasioni di sperimentazione, di design di prodotti editoriali in self-publishing.

La fase a monte dei prodotti Micropress è legata alla messa a fuoco dei contenuti, dei temi, degli obiettivi da perseguire; tale fase offre a Lab MD un'utile occasione di avvicinamento e di dialogo con le realtà istituzionali, associative, aziendali che – di volta in volta – li promuovono e li finanziano.

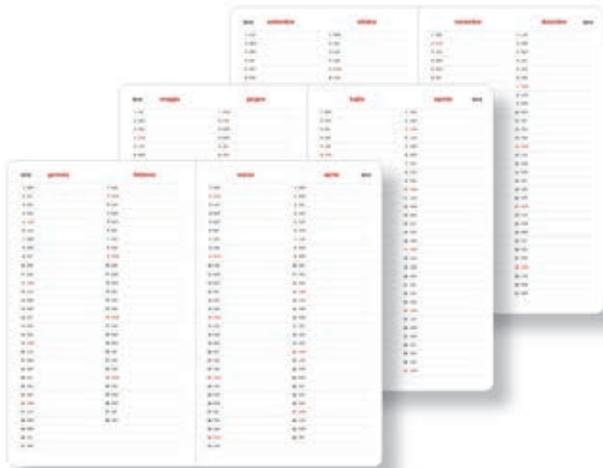
Dopo questo prioritario lavoro di definizione – che dura qualche settimana o, a volte, qualche mese – viene sviluppata la progettazione vera e propria degli artefatti Micropress che sono, pertanto, da intendersi come prodotti su misura, realizzati attraverso caratteri di unicità, personalizzati per ogni iniziativa ed interlocutore. Tali artefatti possono essere guardati come dispositivi caratterizzati da una valenza funzionale d'uso, dalla ricerca estetica di un raffinato graphic design, dalla diffusione e valorizzazione di contenuti informativi o – nei casi più particolari – dalla narrazione di short stories legate a istituzioni, brand, iniziative e progetti specifici.

È evidente come ogni artefatto a stampa è fatto di materia, anzi di materie al plurale: carta, cartone, supporti materici speciali, inchiostri, pigmenti colorici, colle, packaging.

I ricercatori, gli editor, i designer visuali, i makers di Lab MD – interessati all'innovazione – sono aperti al dialogo rispetto agli interlocutori dei diversi progetti editoriali condividendone l'intero iter ideativo e realizzativo: selezionando i materiali, curando i contenuti, mixando e integrando le diverse parti di cui è composto ogni prodotto al fine di ottenere soluzioni ad hoc, personalizzate.

Lab MD attraverso il progetto Micropress è interessato a sperimentare – insieme a prodotti di medie o grandi serie – modelli "limited edition", fortemente caratterizzati grazie all'uso di materiali speciali.





AGENDA

Primo format progettato (e realizzato) della famiglia di prodotti editoriali Micropress è rappresentato dalle agende.

Si tratta di agende molto particolari, versatili e di natura “bifronte”. Il progetto restituisce, nello sviluppo della pagina di sinistra, il significato più tradizionale dell’agenda intesa quale *memorandum* (in cui sono registrati sequenzialmente i giorni, le settimane, i mesi dell’anno per potere annotare gli incontri, i luoghi, le cose da fare) mentre lascia libera la pagina di destra per personali annotazioni, appunti, iscrizioni, disegni. Inoltre il concept delle agende Micropress propone, nello sviluppo conclusivo dell’artefatto cartaceo, un tema con contenuti informativi o narrativi in forma di *short stories*.

Al ritmo serrato e condizionante del “tempo dei doveri” che scandisce perentoriamente gli avvenimenti e le cose da fare (incontri di lavoro, pagamento di tasse, rinnovo di documenti, visite mediche...) le agende Micropress introducono delle pause, delle cesure spaziali disponibili ad accogliere iscrizioni istantanee – intese quali tracce tangibili delle idee che affollano la nostra vita, il nostro immaginario, la nostra microprogettualità quotidiana – consci del valore della registrazione, dello “scripta manent” a fronte del “verba volant”.

Nella parte conclusiva, là dove l’agenda-memorandum esaurisce la sua “gittata” temporale, l’artefatto cartaceo si apre a *short stories* in forma variata, di volta in volta o di anno in anno; la proposta, in altri termini, di un corpus di contenuti informativi, di un tema specifico, nel tentativo di arricchire, di rendere in qualche modo più interessante e intrigante il prodotto-agenda.

Lo sviluppo tematico delle agende – posto ad organizzare informazioni, ad evocare progetti, visioni – è incentrato sulla stesura di scritture sintetiche, arricchite da apparati iconografici di qualche interesse e suggestività. L’inserito contenutistico finale mira al puntuale, al circoscritto, attraverso esperimenti tenuti insieme, a volte da narrazioni continue, altre da griglie concettuali con collegamenti e rimandi tra pagina e pagina secondo un modello reticolare.

Affinché le agende-memorandum di Micropress potessero essere proposte attraverso forme non ripetitive il progetto si è preoccupato di caratterizzarle attraverso numerose alternative e varianti legate sia ai materiali con cui sono realizzate, sia alle soluzioni di design grafico, sia ai contenuti tematici in funzione di possibili, diverse personalizzazioni.

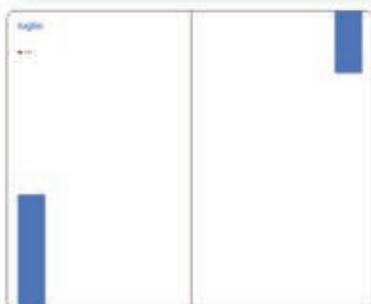
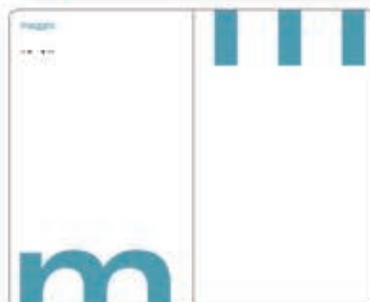
Le varianti materiche delle agende attengono ai tipi di carta di stampa e ai supporti “spessorati” e resistenti delle copertine soggette ad uso più intenso.

Le varianti dei lay-out grafici, indirizzati all’organizzazione e caratterizzazione delle pagine dell’agenda, sono frutto di una accurata e attenta ricerca di design editoriale utilizzando sottili grafie, invenzioni testuali, font editoriali leggibili, griglie coloriche e reticoli geometrici, segni di un minimalismo stilistico indirizzato alla definizione di una buona fruibilità.

AFFINCHÉ LE AGENDE-MEMORANDUM DI MICROPRESS POTESSERO ESSERE PROPOSTE ATTRAVERSO FORME NON RIPETITIVE IL PROGETTO SI È PREOCCUPATO DI CARATTERIZZARLE ATTRAVERSO NUMEROSE VARIANTI LEGATE SIA AL DESIGN GRAFICO, SIA AI MATERIALI CON CUI SONO REALIZZATE, SIA AI CONTENUTI TEMATICI AL FINE DI OTTENERE DIVERSE PERSONALIZZAZIONI.



LE VARIANTI DEI LAY-OUT GRAFICI, FUNZIONALI ALL'ORGANIZZAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLE PAGINE DELL'AGENDA, SONO FRUTTO DI UNA ACCURATA E ATTENTA RICERCA DI DESIGN VISUALE UTILIZZANDO SOTTILI GRAFIE, INVENZIONI TESTUALI, FONT EDITORIALI LEGGIBILI, GRIGLIE E RETICOLI INDIRIZZATI SEMPRE VERSO LA BUONA FRUIBILITÀ DELL'ARTEFATTO.



IPOTESI PROGETTUALI DI GRIGLIE
E TRACCIATI GEOMETRICO-COLORICI
PER L'ORGANIZZAZIONE E LA
CARATTERIZZAZIONE INTERNA DELLA
AGENDE MICROPRESS.



AB ab

Gill Sans Std



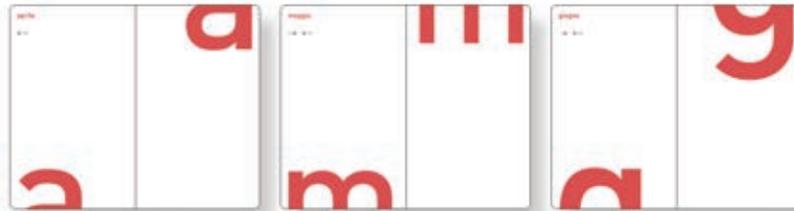
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

LE AGENDE MICROPRESS POSSONO ESSERE PERSONALIZZATE GRAZIE ALLA SCELTA DI DIVERSE TIPOLOGIE DI FONT. CARATTERI GRAZIATI O BASTONE, CON LA POSSIBILITÀ DI VARIANTI POLICROME.

LE VARIANTI MATERICHE DELLE AGENDE ATTENGO NO AI SUPPORTI "SPESSORATI" E RESISTENTI DELLE COPERTINE E AI TIPI DI CARTA DI STAMPA.
(nella pagina seguente)

AB ab

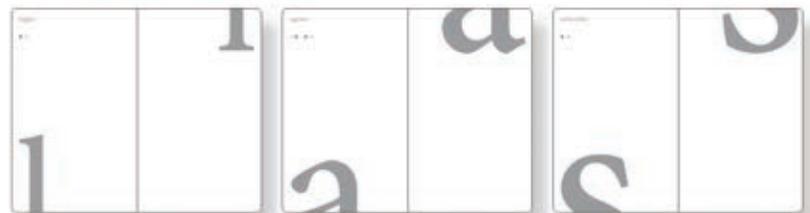
Din OT



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

AB ab

Minion Pro



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

AB ab

Didot



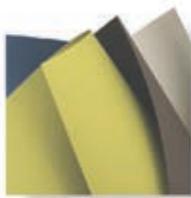
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789



CARTONCINO ACCOPPIATO A TESSUTO, EFFETTO OPACO



CARTONCINO PATINATO PERLESCENTE E CANGIANTE



CARTONCINO BI-PATINATO EFFETTO GOMMATO ANTI-IMPRONTA



CARTONCINO ECOLOGICO DERIVATO DA SCARTI DI LAVORAZIONI



CARTONCINO ONDULATO COLORATO IN MASSA



CARTA SPECIALE A RILIEVO



CARTA ECOLOGICA CON ALGHE



CARTA USO MANO



CARTA OPALINA AVORIATA E VELLUTATA



CARTA BIANCA IDEALE PER LA LETTURA



CARTA A RILIEVO



CARTA ECOLOGICA



CARTONCINO CON SCARTI DI LAVORAZIONI



CARTA RICICLATA



CARTA NATURALE DI ALTA QUALITÀ

LIBRI MICROPRESS

Il libro stampato ha rappresentato il “monumento culturale” della società moderna; strumento di elevazione della civiltà contemporanea in funzione dei suoi contenuti informativi (e formativi) trasmessi progressivamente a sempre più ampie fasce sociali di individui.

I libri si amano per le idee che esprimono ma anche per il loro valore intrinseco di oggetti materici e per le loro qualità d'uso.

«Che bello – afferma Umberto Eco, autore di fama, ma anche appassionato bibliofilo – un libro che è stato pensato per essere preso in mano, anche a letto, anche in barca, anche là dove non ci sono spine elettriche, anche là dove e quando qualsiasi batteria si è scaricata, e sopporta segnaletica e orecchie, può essere lasciato cadere per terra o abbandonato aperto sul petto o sulle ginocchia quando ci prende il sonno, sta in tasca, si sciupa, registra l'intensità, l'assiduità o la regolarità delle nostre letture, ci ricorda (se appare troppo fresco o intonso) che non l'abbiamo ancora letto (...) La forma-libro è determinata dalla nostra anatomia. Ce ne possono essere di grandissimi ma per lo più hanno funzione di documento o di decorazione; il libro standard non può essere più piccolo di un pacchetto di sigarette o più grande di un tabloid. Dipende dalle dimensioni della nostra mano, e quelle – almeno per ora – non sono cambiate, con buona pace di Bill Gates.»¹

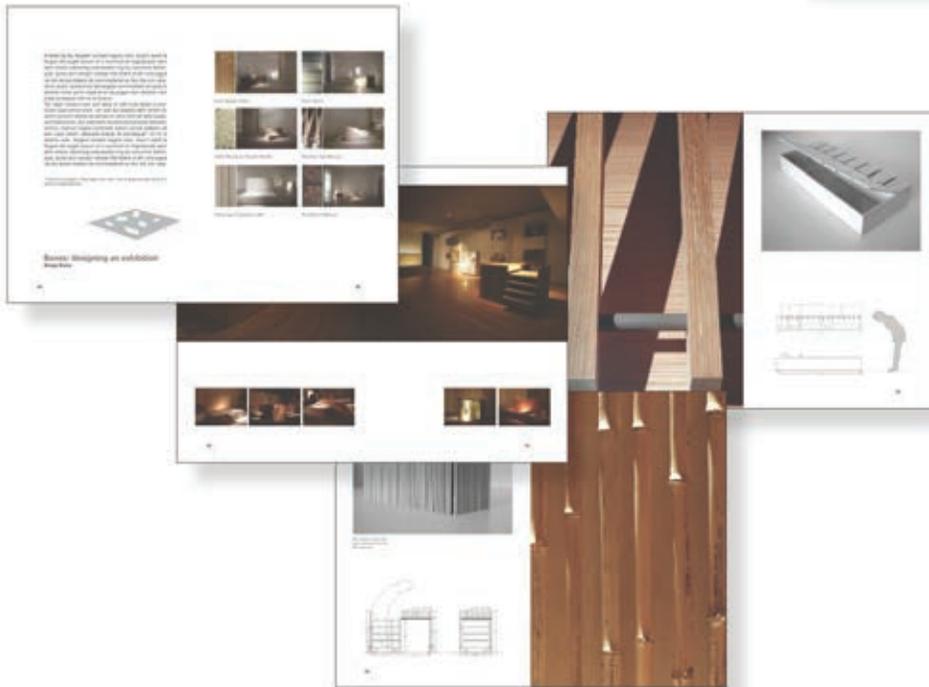
Si può affermare che il fascino del libro è legato a piaceri molteplici inscrivibili in una serie di cerchi concentrici.

Al centro poniamo la “seduzione intellettuale”, il fascino delle idee trasmesse attraverso il libro.

Intorno tracciamo vari cerchi entro i quali è possibile collocare le altre forme di “piacere”: il *piacere visivo*, connesso al guardare e al contemplare la composizione interna con lo strutturarsi delle righe di testo e la nitidezza dei caratteri, il ritmo delle pagine nell'equilibrio di spazi bianchi e aree inchiostrate; il *piacere tattile*, legato alla sensibilità delle mani che lo “soppesano”, lo “accarezzano” per apprezzarne le peculiarità e le qualità dei materiali impiegati; il *piacere olfattivo*, che spesso si produce nell'aprire la confezione di un libro, riguardabile come “scricigno” capace di immagazzinare e restituire – anche a distanza di molto tempo – l'odore della carta, dell'inchiostro di stampa o delle altre sostanze impiegate nella rilegatura del volume stesso.

In un cerchio ancora più esterno possiamo rintracciare il *piacere di collezionare* libri; in questo caso il piacere del possesso prevale su ogni altro.





L'ORIZZONTE TEMATICO DEI LIBRI DELLA COLLANA EDITORIALE MICROPRESS S'INSCRIVE ALL'INTERNO DEL PROGETTO "DESIGN FACTORY" INDIRIZZATO A COMUNICARE RICERCHE, CASI STUDIO, PROGETTI PROMOSSI DA AZIENDE ITALIANE E SVOLTI DA LAB MD IN COLLABORAZIONE CON ARCHITETTI E DESIGNER VISIONARI ED INNOVATORI.

Alla rete dei piaceri connessi al libro di carta contribuiscono vari attori: l'*autore* – con le idee, le visioni, la trama del racconto, la qualità della scrittura – responsabile della ricezione dell'opera connessa alla lettura; l'*editore* che interviene sulle caratteristiche del "prodotto libro" grazie all'apporto di editor, graphic designer, stampatori; il *mercato* che, attraverso l'offerta e il diverso valore economico assegnato ai volumi in circolazione, regola le vendite e la "pulsione" degli individui al possesso dei libri in quanto beni-merce.

A tutti questi valori non si è voluto rinunciare all'interno del progetto Micropress, pur volendo – al contempo – sperimentare le nuove frontiere che si sono aperte nell'era digitale.

Di qui l'idea di una collana editoriale crossmediale che intende declinare sinergicamente – e non antagonisticamente – il libro a stampa con i nuovi format culturali digitali.

L'orizzonte tematico d'interesse della collana s'inscrive all'interno del progetto *Design factory* teso a narrare o ad interpretare criticamente specifici "casi studio" rappresentati dalle ricerche e dalle produzioni di aziende innovative connesse all'opera di architetti e designer visionari.

I FORMAT DIGITALI MICROPRESS

Dalla fine del XX secolo, ovvero da quando si è diffusa in forma globale la rete di internet, il modello gutenberghiano di documentalità del sapere a mezzo di supporti di carta – libri, giornali, riviste ecc. – ha registrato una progressiva e crescente erosione del suo primato ad opera dei media digitali che hanno introdotto nuovi format di comunicazione. Dopo poco più di un ventennio la tecnologia utilizzata per la creazione, la riproduzione e il trasferimento della conoscenza è cambiata significativamente facendo registrare una definitiva transizione al digitale sostenuta da dispositivi di rete (l'infrastruttura connettiva, l'ecosistema dei personal computer, dei lap top, degli smartphone, dei device mobili) alimentati da flussi immateriali di dati e immagini.

Si tratta di una transizione – quella dal cartaceo al digitale – quasi del tutto ultimata, anche se molti stentano ancora ad ammetterlo.

Riguardato da questa particolare prospettiva lo stesso “prodotto-libro” (se si esclude il suo stadio ultimo in cui assume la consistenza fisico-cartacea) è, oramai, completamente inscritto nella catena digitale.

«Oggi – come precisa Paolo Ferri in *Nativi digitali* – questo “oggetto” culturale, che è stato la macchina di autoapprendimento sulla quale da quattrocento anni si fonda la civiltà occidentale, è composto di atomi materiali solo nella sua forma finale: il libro di carta che, se non possediamo ancora un ebook reader connesso a internet, acquistiamo in libreria. Infatti, tutte le fasi della sua creazione e produzione sono avvenute in un altro codice, quello digitale, appunto. È stato scritto, salvo oramai rarissime eccezioni, con un word processor e un computer, e il “manoscritto” è stato inviato via e-mail all'editore. È stato rivisto da un editor, che lo ha fatto impaginare a un grafico attraverso un software di videoimpaginazione, le correzioni di bozze sono state inserite in un file, e sempre un file è stato mandato “in stampa” attraverso una macchina digitale che ha prodotto solo nell'ultima fase del suo processo produttivo la sua impressione in carta e inchiostro: il “simulacro” di libro gutenberghiano che leggiamo e teniamo fra le mani. Noi immigrati digitali a volte non ci rendiamo conto della rilevanza di questa trasformazione, i nativi digitali considerano tale tradizione come già compiuta.»²

Il diffondersi e l'affermarsi con intensità crescente dei media digitali portatori di nuovi stili comunicativi, rappresenta uno dei fenomeni più significativi e rilevanti della società globalizzata e della stessa industria culturale contemporanea. Per le giovani generazioni i supporti tecnologici del sapere e i format di apprendimento sono diventati – e lo saranno sempre di più – digitali. I libri per queste generazioni – se pur non saranno mai soppiantati del tutto – sono destinati sempre più a soddisfare tipi di lettura e momenti di riflessione e di formazione particolari.

Oramai sono numerosi e diffusi i software capaci di restituire a schermo l'esperienza della fruizione dei volumi cartacei attraverso il dispositivo delle pagine a sfoglio che – oltre a consentire una chiara e comoda lettura – valorizzano il graphic design e la composizione del libro, così come lo abbiamo conosciuto fino ad oggi, grazie alla visualizzazione delle “pagine a fronte”.

Tale format elettronico si lega alla strategia di digitalizzazione delle opere tradizionali a stampa (quali i libri e gli altri documenti nati in formato cartaceo nell'accezione gutenberghiana) al fine di renderle disponibili, consultabili e leggibili sulla rete del web.

Il libro digitale a sfogliare, comunque, è cosa diversa dagli e-book multimediali ed interattivi di cui si parla da oltre un decennio, con alternanza di entusiasmo o di delusione, e che – solo recentemente – sembrano ritrovare possibilità di sviluppo e successo grazie alla vasta diffusione dei device mobili.



LE DIMENSIONI DEI VOLUMI DI MICROPRESS (13X21 CM) – UNITAMENTE ALLE CARATTERISTICHE INFOGRAFICHE DEL PROGETTO EDITORIALE – SONO STATE PREFIGURATE PER ESSERE TRASFERIBILI IN BUONA FRUIBILITÀ DI LETTURA SULLO SCHERMO DEL DEVICE MOBILE IPAD AL FINE DI SPERIMENTARE LA PARALLELA VERSIONE E-BOOK MICROPRESS.

Negli e-book di nuova concezione l'architettura logica non è più necessariamente, o unicamente, quella lineare del libro o delle riviste tradizionali ma si presenta come integrazione e fusione di generi e format comunicativi diversi: qualcosa dei libri con testi da leggere e immagini fisse da guardare, un poco della televisione e del cinema con immagini in movimento, un poco dello spettacolo con suoni, un poco della radio con commenti parlati o con musica da ascoltare.

La scelta di indirizzare il progetto editoriale di Micropress, verso la realizzazione di una serie di artefatti comunicativi digitali – parallela e simmetrica a quella dei volumi cartacei – è legata alla volontà di confrontarsi con format narrativi non convenzionali e con i dispositivi elettronici di lettura disponibili nell'era digitale in cui siamo immersi.

NOTE

¹ Umberto Eco, "Perché si amano, si desiderano, si collezionano i libri?", *Repubblica* 16.9.2006.

² Paolo Ferri, "Oltre il libro" p.35, in *Nativi digitali*, Milano, Bruno Mondadori, 2011, pp. 211.



