



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

FLORE

Repository istituzionale dell'Università degli Studi di Firenze

Profili della nuova normativa in materia di editoria on line

Questa è la Versione finale referata (Post print/Accepted manuscript) della seguente pubblicazione:

Original Citation:

Profili della nuova normativa in materia di editoria on line / L. BIANCHI. - STAMPA. - (2004), pp. 21-27.

Availability:

The webpage <https://hdl.handle.net/2158/351465> of the repository was last updated on

Publisher:

CORECOM REGIONE TOSCANA

Terms of use:

Open Access

La pubblicazione è resa disponibile sotto le norme e i termini della licenza di deposito, secondo quanto stabilito dalla Policy per l'accesso aperto dell'Università degli Studi di Firenze (<https://www.sba.unifi.it/upload/policy-oa-2016-1.pdf>)

Publisher copyright claim:

La data sopra indicata si riferisce all'ultimo aggiornamento della scheda del Repository FloRe - The above-mentioned date refers to the last update of the record in the Institutional Repository FloRe

(Article begins on next page)

corecom

Editoria on-line

CORECOM

Regione Toscana

Comitato Regionale per le comunicazioni

3

Editoria on-line

**Opportunità
e profili
di una nuova
iniziativa**

Il Comitato Regionale per le Comunicazioni della Toscana, disciplinato dalla legge regionale 25 giugno 2002 n. 22, è organo di consulenza e di gestione della Regione in materia di comunicazione, organo funzionale dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, e svolge anche compiti istruttori per conto del Ministero delle comunicazioni.

Tra le funzioni gestionali, si segnalano quelle relative all'accesso radiofonico e televisivo regionale e la tenuta e l'aggiornamento dell'elenco regionale delle imprese radiotelevisive e di editoria locale. Di particolare delicatezza sono i compiti di istruttoria e di controllo sul rispetto della legge 28/2000 ("par condicio") in occasione delle campagne elettorali politiche, amministrative e referendarie.

Ogni anno il Corecom presenta al Consiglio regionale il Programma di attività per l'anno successivo, contenente l'indicazione delle indagini, delle ricerche, dei seminari e delle manifestazioni che si intendono realizzare per svolgere un'attività conoscitiva d'ausilio per la formazione delle politiche di comunicazione in Toscana e che consenta una conoscenza approfondita del comparto delle comunicazioni nel quadro della società e dell'economia regionali.

A partire dal 2004 al Corecom sono state delegate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni nuove funzioni di vigilanza, controllo e risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di telecomunicazioni.

I componenti del Corecom della Toscana in carica nel 2004 sono:
Omar Calabrese *Presidente*, Paolo Vestri *Vice Presidente*, Maurizio Fagioli,
Giuseppe Roselli, Carlo Sorrentino, Luca Stellati, Roberto Teroni.

Il Settore di Assistenza al Corecom è composto da:
Marinella Romoli *responsabile*, Giacomo Amalfitano, Sabrina Barbieri, Mario
Ginanni, Elisabetta Gonnelli, Antonella Gori, Daniela Mischi, Marzia
Montalti.

Corecom della Toscana

Piazza San Lorenzo, 2

50123 Firenze

Tel. 055.2387880

Fax 055.2387871

E-mail: corecom@consiglio.regione.toscana.it

Sito web: www.corecom.toscana.it



**Editoria
on-line
Opportunità
e profili
di una nuova
iniziativa**

Atti del convegno

Firenze, 16 marzo 2001

Questa pubblicazione
è il risultato del convegno
**"Editoria on-line.
Opportunità e profili
di una nuova iniziativa"**
che il Co.Re.Rat della Toscana
ha organizzato il 16 marzo 2001 a Firenze.

I singoli saggi sono stati rivisti
e adattati alla forma scritta
dai rispettivi autori

© 2004 by Corecom Toscana
Piazza San Lorenzo, 2
50123 Firenze
www.corecom.toscana.it

Editing
Federica Cioni, Vitaliana Rocca

Progetto grafico e impaginazione
Rauch Design

Stampa
Pacini Editore Industrie Grafiche
Ospedaletto (Pisa)
per conto di:
Edifir - Edizioni Firenze
Via Fiume, 8 - 50123 Firenze
www.edifir.it

Indice

- 9** **Introduzione**
Roberto Teroni
- Parte prima**
Atti del convegno
- 13** **La Toscana per l'editoria on line**
Chiara Boni
- 17** **L'editoria on line.**
Dimensioni, caratteristiche e tendenze
Andrea Mugnai
- 21** **Profili della nuova normativa**
in materia di editoria on line
Leonardo Bianchi
- Parte seconda**
La parola ai protagonisti
- 31** **Interventi**
Roberto Barsanti
Giovanni Valentini
Carlo Bartoli
Fabrizio Cardinali
Luigi Manzella
Vannino Chiti
- Parte terza**
La ricerca
- 49** **Introduzione: L'editoria on line.**
Dimensioni, caratteristiche, tendenze
- 57** **Il caso dell'editoria universitaria elettronica**
- 67** **Alcune osservazioni sul caso italiano**
- 71** **Uno sguardo alla rete della Toscana**

Al volume è allegato un cd-rom contenente gli allegati relativi al convegno che si è tenuto il 16 marzo 2001 a Firenze

Indice del cd-rom

- Presentazione
- Atti del Convegno
- Normativa
- Documentazione
- Bibliografia
- Glossario

Introduzione

Presidente Co.Re.Rat. della Toscana

Roberto Teroni

Fino ad oggi, i Co.Re.Rat. si sono occupati quasi esclusivamente di emittenza radio-televisiva, esercitando un ruolo di sorveglianza, controllo e governo di questa specifica parte della comunicazione. Anche se è vero che in Toscana una legge regionale, la numero 62, ci affidava il compito di tenuta e gestione dell'elenco delle imprese editoriali, compresa, quindi, anche la carta stampata.

In realtà, questa iniziativa è stata pensata in relazione alla fase di transizione che i Co.Re.Rat. stanno vivendo. Con la legge Maccanico del '97, infatti, si istituiscono i Comitati Regionali per la Comunicazione: i Co.Re.Com.. Non si tratta solo di cambiare nome ai vecchi organismi, bensì di istituire dei veri e propri terminali dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sul territorio regionale, che avranno compiti di sorveglianza, vigilanza e controllo, in una parola, di governo dell'intero sistema di comunicazione su scala locale. Ovviamente questi organismi rimangono pur sempre organi di consulenza del Consiglio e della Giunta in tutti questi campi.

Proprio avendo presente le nuove competenze che, in tempi non lunghissimi, dovranno essere delegate dall'Autorità ai Co.Re.Com., si è ritenuto di calibrare il piano di attività 2001 proiettandolo sul nuovo scenario, per lo meno in termini di riflessione di studio e di ricerca. E proprio sui nuovi terreni, il problema dell'editoria on line non poteva non essere alla nostra attenzione.

Sappiamo tutti che si tratta di un campo in grande espansione a livello nazionale, ma anche a livello regionale. Un settore che offre grandi opportunità di sviluppo delle conoscenze, probabilmente destinato ad attirare molti investimenti e quindi anche a creare nuova occupazione. Ma anche ad aprire interrogativi.

Innanzitutto: se, come, ed in che misura sia necessario regolamentare questo tipo di nuova editoria.

Anche soltanto limitando il campo, come credo dovremmo fare un po' oggi, all'editoria riferita all'informazione, vale a dire alle testate giornalistiche dei periodici "in linea" e ai prodotti informativi (e quindi escludendo l'e-book, la trasmissione di audiovisivi e altre forme che sono molto presenti), alcuni problemi sono presenti e coinvolgono distintamente l'editore, l'autore ed il consumatore-utente.

Cito per titoli: tutela del principio del copyright, tutela del diritto d'autore, tutela del diritto di replica, tutela della privacy.

La riforma della legge sull'editoria introduce l'obbligo di registrazione delle testate e l'obbligo della figura del direttore responsabile, assimilando il prodotto editoriale on line a quello in cartaceo. Ma già su queste norme c'è discussione. Una recente mozione approvata dal Consiglio Regionale, pone, anche se in modo ambiguo, notevoli riserve sull'opportunità di equiparare le testate giornalistiche alle testate in linea.

È indubbiamente molto difficile traghettare un complesso di norme dall'editoria tradizionale all'editoria on line. Come spesso si dice, per sua stessa modalità di nascita e di crescita, la rete, proprio con la sua pervasività, con la sua interattività e con la sua assenza di centri di proprietà e di comando, è considerata sinonimo di libertà di comunicazione e quindi di massima democrazia.

Naturalmente tutto ciò può essere vero, e quindi è comprensibile che ci siano grosse resistenze ai tentativi di regolamentazione. Non solo nel nostro paese. È un dibattito sul quale è impegnata la Comunità Europea ed i singoli Stati membri, ma particolarmente vivace negli Stati Uniti. Ed ovunque ci si scontra con la difficoltà di costruire un impianto normativo che, salvaguardando per l'appunto quel carattere della rete, quel principio di libertà, riesca però a descrivere o ridefinire diritti e doveri dei vari soggetti che vi operano.

Personalmente credo anche che più andrà avanti il processo espansivo di questa forma di comunicazione sulla rete, tanto più saremo costretti a misurarci con quest'ordine di problemi, a non considerarli marginali e secondari.

Questo già avviene un po' in tutti i campi della rete: basta pensare, in contesti totalmente diversi, all'intervento repressivo sui siti per pedofili, o alla stessa vicenda Napster nel campo della trasmissione musicale, o ad alcuni casi recentissimi, negli Stati Uniti, di forti conflitti giudiziari sul diritto d'autore, nel campo dell'*e-book*. Questo per dire che, prima o poi, questi problemi devono essere necessariamente affrontati, ovviamente non in una logica di legislazione rigida e a maglie strette, ma comunque con qualche forma di regolamentazione.

Del resto, anche solo per restare in casa nostra, basta pensare alla stessa vicenda del contratto nazionale dei giornalisti, che è finalmente stato siglato e che incontra non poche difficoltà tra i giornalisti stessi e molte redazioni. Proprio questo contratto ha avuto la parte più spigolosa e più difficile da affrontare fra le parti sulla definizione dei diritti e doveri dei giornalisti che operano nella rete.

Naturalmente questa iniziativa non ha la pretesa di dare delle risposte esaustive o anche solo di definire, in qualche modo, una linea di percorso sufficientemente chiara. Anzi, proprio per la complessità dei problemi, abbiamo voluto dare un taglio molto soft al convegno: muoverci un po' in punta di piedi di fronte a queste tematiche complesse. Questa è perciò una prima presa di contatto con la materia.

La seconda parte del volume riporta la tavola rotonda che ha messo a confronto diversi punti di vista di soggetti che sono protagonisti o sono studiosi della complessa materia dell'editoria on line.

Parte Prima
Atti del convegno

La Toscana per l'editoria on line

Chiara Boni
Assessore Regionale
alla Comunicazione
e Nuove Tecnologie
Informative

Molto vicino a noi c'è una bellissima scala che io considero uno dei gioielli più preziosi della nostra città. L'ha disegnata e fatta costruire Michelangelo Buonarroti e salendo i suoi gradini si giunge ad un tessuto altrettanto prezioso, la biblioteca Laurenziana. Chi ha avuto modo di valutarla, sarà rimasto estasiato, come è accaduto a me dinanzi a quegli incunaboli, a quei manoscritti, a quei volumi, impressi con caratteri superbi, ornati di fregi e decori che sono minuscoli capolavori, rilegati in materiali rari da mani esperte che hanno dedicato una vita intera ad una grande passione: quella del libro. Una passione che ha contraddistinto questa città per lungo tempo, al pari di quella per edifici che ci invidiano in tutto il mondo, per quadri che hanno fatto sognare generazioni e generazioni di amanti dell'arte, e per statue che non tramonteranno mai.

Io penso a quella scala di Michelangelo che conduce in un regno di libri quando nel mio ruolo di Assessore alla Comunicazione devo cercare di immaginare a come un'amministrazione pubblica può spendere il proprio impegno per far crescere e sviluppare il mondo delle idee e della conoscenza. È un percorso in salita ma che lascia senza fiato, perché ciò che si intravede all'orizzonte è quanto di meglio l'uomo abbia mai realizzato. Senza questo patrimonio di creatività e di ingegno, di amore e di passione, anche la nostra opulenta e spesso superflua società apparirebbe desolata e sterile.

Le nuove tecnologie di cui parleremo dettagliatamente in questo convegno ci stanno aiutando moltissimo a tratteggiare i contorni di questo futuro vicinissimo in cui ogni capolavoro scritto, dipinto, filmato o suonato è già a portata di mano.

Quello che solo all'inizio del secolo scorso poteva apparire come un miraggio della fantascienza è ormai quasi una familiare abitudine, basta premere un bottone e si ascoltano le note di Beethoven, ne schiacci un altro e leggi le parole di Tolstoj, un altro ancora ed ecco un film di Antonioni oppure Masaccio o Cartier-Bresson.

Sappiamo che è di questo che stiamo parlando quando parliamo di editoria elettronica, di questo e di molto di più, perché ci è anche data la possibilità di leggere o addirittura di vedere e di sentire che cosa sta succedendo a Manhattan piuttosto che a Bogotà nello stesso momento in cui avviene.

Ma questa incredibile opportunità dobbiamo saperla utilizzare al meglio, comprenderla in tutta la sua portata, prenderla a cura con tutta la dedizione, tutto l'amore e tutta l'intelligenza che abbiamo a disposizione.

Altri meglio di me illustreranno gli scenari problematici che la diffusione della rete sta delineando: sapete tutti della guerra di Napster, del conflitto fra i diritti della circolazione delle idee e diritto d'autore, della linea d'ombra che separano nel mondo di Internet chi detiene i contenuti da chi gestisce le autostrade. Io qui voglio soffermarmi solo su un paio di aspetti che dobbiamo tenere a mente nella nostra riflessione; innanzitutto quello che accennavo all'inizio

delle mie parole. A Firenze non c'è solo una monumentale e irripetibile biblioteca Laurenziana ma una ricca rete di archivi e di istituzioni che conservano una fetta enorme del nostro sapere al cui interno spicca, non bisogna mai dimenticarlo, una delle due sole biblioteche nazionali centrali del nostro paese.

Università di Firenze e Biblioteca Nazionale hanno siglato un accordo per valorizzare la propria produzione editoriale, cogliendo le opportunità tecnologiche offerte dall'editoria elettronica.

L'adozione diffusa di questa modalità editoriale da parte dei docenti dell'università di Firenze, oltre a rendere più disponibili i materiali didattici per gli studenti, aprirà nuovi campi anche internazionali alla divulgazione della ricerca realizzata nell'Ateneo, contribuendo ad una razionalizzazione della spesa sostenuta per le pubblicazioni, ed un accordo al quale dobbiamo guardare con grande interesse per i risultati che ci può dare.

C'è poi la grande tradizione che Firenze ha avuto nel mondo dell'editoria Italiana - dico solo due nomi tanto per rinfrescare la memoria: Sansoni e Vallecchi - che una lunga e tormentata vicenda soprattutto finanziaria ha fatto, ma solo parzialmente, appassire, passando a Milano lo scettro che era quello delle Giubbe Rosse. Alle professionalità, alle competenze, alle potenzialità di questo settore dobbiamo guardare nell'epoca in cui il microchip sta soppiantando completamente il torchio e la linotype.

Terza questione, quella della qualità. Io non credo che si debba sempre essere entusiasti quando usiamo parole come *e-commerce*, *banner* o *provider*. Trovo sbagliato il pessimismo irriducibile di un Giorgio Bocca verso la tecnologia, ma anche l'estasi acritica di chi aspetta solo una versione punto quattro, o una scarica di megahertz. Dobbiamo sorvegliare che il giusto interesse verso lo sviluppo della tecnologia e del mezzo non offuschi completamente l'attenzione per il contenuto, per il messaggio, per la qualità, l'attendibilità, il rigore con cui è espresso e formulato.

Soprattutto dobbiamo evitare che gli effetti speciali siano lo specchio di una creatura senz'anima che trasforma poche righe messe in fila in un Baudelaire che non esiste. È certo che un ente come la Regione ha possibilità e spazi ampi d'intervento, anche di dettaglio, nel quadro di un solido tessuto, di un quadro di riferimento. In primo luogo per quanto riguarda gli aspetti relativi alla comunicazione istituzionale, l'indagine svolta mostra una vivacità, un'attenzione ed anche investimenti effettuati dagli Enti Pubblici ed anche da quelli locali, e mostra altresì uno scarso coordinamento, una qualità non sempre all'altezza delle aspettative, un prevalere degli aspetti formali rispetto a quelli sostanziali.

Tutti questi aspetti sono oggetto della nostra attenzione istituzionale con i progetti della rete telematica regionale Toscana e dell'*e-government*. Puntiamo a realizzare una presenza più attenta al fine di migliorare la qualità della comunicazione, ed ottimizzare gli sforzi effettuati.

Un secondo aspetto d'intervento regionale riguarda senza dubbio i contenuti. I punti strategici dell'intervento pubblico regionale non possono non riguardare i settori dei Beni Culturali, della formazione e della ricerca. Nella nostra regione abbiamo presenze forti in questi settori, sia nel settore pubblico sia in quello privato. Si tratterà di riflettere sulle forme migliori di coordinamento e di sostegno alla realizzazione di una forte economia dei contenuti che valorizzi appieno le risorse esistenti.

In generale, oggetto dell'intervento non può che essere la comunicazione di qualità relativa al tessuto produttivo regionale di eccellenza, anche al fine di creare situazioni di competitività nel mercato internazionale.

È utile approfondire un discorso iniziato da qualche anno e che dovrà vedere la nostra attiva presenza in un fronte ampio, dall'economia, che va aiutata nel processo di trasformazione, alla democrazia, che può trovare sostegno in una politica basata sulla garanzia del pluralismo e della correttezza delle regole, fino alla tutela del cittadino, che dal sistema della comunicazione e dell'editoria on line deve trovare occasione per il proprio accrescimento culturale e civile.

L'editoria on line. Dimensioni, caratteristiche e tendenze

Andrea Mugnai
DBA Associazione
Documentazione
Biblioteche e Archivi

L'associazione che rappresento, la DBA, è un'organizzazione no profit che opera, oramai da oltre un decennio, nel settore della informazione e della documentazione, con l'obiettivo di portare il proprio piccolo contributo alla campagna contro la discriminazione del digitale (*digital divide*): aderisce pertanto ai progetti di organismi come l'Unione Europea e l'Unesco, condivide i principi del *free software* e dell'*open source*, sostiene campagne di alfabetizzazione informatica e realizza interventi di formazione mirati alla preparazione di operatori dotati degli strumenti conoscitivi e dello spirito critico necessari a realizzare un certo grado di autonomia dall'industria dell'ICT (*Information and Communication Technology*). La DBA opera, pertanto, in un settore che potremmo definire della "comunicazione riflessiva". La comunicazione di contenuti di qualità, è senza dubbio una delle caratteristiche dell'editoria, in particolare oggi, in un momento in cui la trasmissione di valori a forte impatto emotivo, è affidata principalmente a *mass media* come la televisione e che vede affidare alla carta stampata un ruolo più critico, e, purtroppo, a minor impatto di pubblico. Accolgo l'invito del presidente Teroni a concentrare l'attenzione sugli aspetti normativi, in particolare per quanto riguarda l'informazione in rete dei quotidiani. La preoccupazione di parlare poco e male dei massimi sistemi e di perder di vista l'oggi, cioè la legge 62, è pienamente condivisibile. Purtroppo la ricerca fatta dall'associazione, quando ha toccato il settore dei quotidiani, ha trovato un panorama talmente omogeneo da non meritare tentativi di misurazione quantitativa.

I risultati possono essere così sintetizzati: tutti i quotidiani hanno o stanno per avere un loro sito on line. Tutti tendono ad offrire servizi informativi in tempo reale che arricchiscono l'offerta dell'edizione cartacea. Il problema dell'interattività, come ci ricordava Valentini in una sua bella pubblicazione, sarà l'elemento qualificante della nuova editoria, tutti fondano le loro entrate sulla distribuzione tradizionale. Il settore ha messo il cappello sulla sedia ma ancora non si decide a sedersi.

I risultati della ricerca dell'Associazione per la Documentazione Biblioteche ed Archivi sono infatti più interessanti quando toccano altri aspetti meno tradizionali, come l'offerta comunicazionale pubblica degli enti locali. Certo l'indagine ha molti limiti e non può rappresentare altro che un punto di partenza, perché questo è un settore, come del resto gran parte di Internet, che è un magma in movimento: un movimento continuo, spesso difficile da inquadrare in termini di tempo brevi, perché muta continuamente, con grande rapidità. La necessità che veniva fuori era quella di fotografare una situazione, o tentare di cominciare a fotografare una situazione, sull'editoria on line che fosse un punto di partenza per un'altra serie di valutazioni, di studi, di riflessioni, come base di lavori successivi.

Quindi va premesso che la ricerca dell'Associazione è la prima tappa di un lavoro *in progress*, che avrà nel prossimo futuro un più ampio sviluppo,

non potendosi porre l'obiettivo di essere esaustiva circa le dimensioni, le caratteristiche e le tendenze dell'editoria on line.

La ricerca è realizzata da gruppo di lavoro, con elementi di diversa professionalità al suo interno, e quindi in grado di cogliere una serie di aspetti da coordinare ed assemblare poi insieme, basati su campioni non casuali, ma selezionati sulla base delle singole esperienze dei membri del gruppo.

Un campionamento di tipo statistico lo si è potuto realizzare limitatamente ad alcuni aspetti più facilmente rilevabili, come l'insieme degli enti locali della Toscana, che rappresentano un universo d'indagine definibile senza eccessivi problemi d'ordine metodologico.

Il fenomeno dell'editoria on line è un fenomeno relativamente nuovo, in progresso continuo non lineare. Fenomeno intimamente legato alla società dell'informazione, alla *net economy*, alla globalizzazione, procede per tentativi, è ondivago: una volta segue un trend, poco dopo un altro, è rapido nei mutamenti ma lento ancora a caratterizzarsi come modello economico, culturale e sociale di riferimento. Voglio proporvi un piccolo esperimento condotto personalmente da me, in qualità di semplice utente: lanciando la ricerca "editoria elettronica" su un motore Web, limitandomi all'Italia, ho recuperato ben 28.000 indirizzi. Una cifra analoga, qualche migliaio in meno, la si ottiene digitando "giornali on line".

È chiaro a tutti, a questo punto, che si pone un problema di qualità dell'informazione. Il vecchio paradigma del ricercatore, che doveva occupare i 2/3 del proprio tempo per accedere materialmente alla documentazione e solo 1/3 per analizzarla e produrre un proprio elaborato, oggi risulta del tutto superato. Il pericolo di non trovare documentazione, con l'affermarsi del Web, appare sostituito da quello di trovare troppa documentazione e di non avere criteri certi per filtrarla e selezionarla, evitando quella di cattiva qualità. L'editoria tradizionale rappresentava pur sempre un filtro qualitativo (non che non si siano pubblicate anche tante sciocchezze cartacee), ma la trasparenza dell'edizione, con le sue indicazioni sull'editore, il responsabile scientifico della collana, gli altri titoli, le citazioni presenti in altre opere o saggi, rappresentava una validazione scientifica che il Web non offre. È su questo punto, a mio parere, che la legge 62, rappresenta, per lo meno, un tentativo da seguire con interesse. La registrazione della testata vuole introdurre un elemento di certezza che potrebbe risultare un provvidenziale scoglio al navigatore in balia del vasto mare. Perché, se Internet è un fenomeno piuttosto nuovo, anche se in pochissimi anni ha conosciuto uno sviluppo rapidissimo, l'editoria elettronica è in qualche modo una novità nella novità.

Il dibattito sulla legge è stato particolarmente vivace in alcuni ambienti, che hanno paventato una volontà da parte del legislatore di minare di fatto la libertà di espressione, tipica del Web, con l'obbligo della registrazione della testata e con l'assunzione della responsabilità delle informazioni da parte di un giornalista professionista iscritto all'Albo.

Probabilmente il fenomeno editoriale via Web in Italia prenderà entrambe le strade: ci saranno testate professionali e commercialmente significative che verranno registrate a norma di legge e continueranno ad esistere, nascere e morire, testate vere o di fatto, di persone, gruppi, associazioni etc. di buona o di cattiva qualità, che continueranno nella via della clandestinità senza incorrere nei rigori della legge. Da una ricerca Eurisco - BNL, risulta che nel 2000 i

navigatori italiani erano circa 10 milioni. Un'altra ricerca di Astra-Demoscopea calcolava che, entro il 2001, i cosiddetti internauti sarebbero stati 16 milioni, con una crescita del 65%. Termini di tempo, come si capisce, brevissimi.

Su questi dati bisognerà tornare, per cercare di analizzare anche elementi più interessanti del dato assoluto, riferito alla crescita così esponenziale di chi frequenta Internet, ovvero la posizione sociale, l'età, la cultura di questi internauti, proprio per capire il consumo - la cosiddetta "dieta" - dei frequentatori della rete Web, in rapporto all'editoria. Sulla parzialità, qualche volta perfino fuorviante di certi dati, ci si rende conto, del resto, quando si vanno a vedere le cifre dell'editoria tradizionale, a proposito della quale l'Istat ci dice che la lettura dei libri, secondo i dati del 1998 (quelli più recenti che fornisce Istat) è praticata, per almeno un libro l'anno, e per motivi non scolastici o professionali, dal 41,9% della popolazione adulta italiana. Questo è un dato più o meno costante negli ultimi anni, che ha fatto versare fiumi di inchiostro circa la conseguente constatazione che nel nostro paese si legge poco. Il che, sempre in termini assoluti, è vero, e non ci sarebbe bisogno del conforto dei rilevamenti statistici per crederlo. Tuttavia la stessa Istat, avverte che questo dato è rilevato presso le case editrici, ed allora c'è bisogno di un supplemento di riflessione.

Le cifre delle case editrici sono determinate dal fatturato, quindi il campione vero è quello di una popolazione adulta che può permettersi di spendere. Da questo campione occorre togliere (anche se questo ovviamente non è provabile) gran parte dei giovani disoccupati o degli studenti che invece, io ne sono convinto, per diretta conoscenza personale e professionale come docente universitario, sono i grandi lettori. Essi sono inopinatamente eliminati, in questo modo, dalla statistica: per il fatto che il modo di leggere dei giovani è, per forza di cose, diverso e difficilmente rilevabile con il metodo di indagine basato sui fatturati delle case editrici.

Tanto per fare due esempi soli: i giovani fanno circolare la sessa copia del libro all'interno del gruppo, chi ha dei figli lo sa, o addirittura lo leggono direttamente nella libreria senza acquistare il libro (basta andare alla Feltrinelli). Questa parte della popolazione, ovviamente con una capacità di spesa assai ridotta, sfugge alle statistiche ma esiste, eccome.

In verità è facilmente intuibile che ci sia una coincidenza tra questa stessa popolazione - in gran parte almeno - e quella che frequenta il Web e che, quindi, anche attraverso questo mezzo va alla ricerca dei servizi editoriali. Le caratteristiche dell'editoria on line credo che siano espone con chiarezza in questo studio della DBA, che ha analizzato i criteri di valutazione sulle caratteristiche precipue del come e del cosa sono questi servizi, alcuni dei quali, molto particolari.

Ad esempio i forum e le liste di discussione specializzate, che sono importanti più di quanto si pensi e niente affatto una parte accessoria. Anche nel caso dell'editoria, il praticare la rete, significa porsi sempre secondo il principio dell'interattività.

Ciò significa anche che l'idea dell'*e-book*, così come da qualche parte si va configurando (ad esempio recentemente da parte di Mondadori), cioè il consumo del libro in versione elettronica, senza molta diversità rispetto al consumo tradizionale dell'editoria cartacea, non può che suscitare più di una perplessità. Intendiamoci, la discussione in materia è tutt'altro che conclusa, ma resta comunque qualche incertezza di fondo legata, ad esempio, all'im-

possibilità di stampare il testo scaricato, così come altri aspetti banalmente fisici quale lo stare troppo tempo a guardare il monitor.

Certo è che tutte le problematiche legate all'editoria elettronica, compresa la stessa definizione che ne dà la legge sull'editoria - una definizione, e non poteva essere diversamente, per così dire generalista - formano un arcipelago molto vasto e talmente poco omogeneo da poter considerare ogni analisi fatta oggi solo come una serie di punti di partenza dai quali iniziare una circumnavigazione per sapere dove l'evoluzione dell'editoria elettronica (ma della rete stessa) ci porterà.

Del resto, l'editoria elettronica, nelle sue forme perfino più semplici, dal libro al quotidiano on line, imporrà la revisione dei linguaggi o di parte di essi rispetto alle forme tradizionali di questi media. L'integrazione dei linguaggi e la particolarità di ogni linguaggio di ogni singolo medium, sarà inevitabile anche nel rapporto tra editoria tradizionale cartacea e editoria elettronica.

In un discorso di qualche anno fa, nel novembre del 1996, tenuto alla Columbia University, Umberto Eco, faceva affermazioni di estremo interesse sulla materia, e sul rapporto tra editoria tradizionale ed editoria elettronica. Gli ipertesti, diceva Eco, renderanno obsoleti manuali ed enciclopedie.

Se non del tutto attualizzato, il vaticinio di Eco, non era lontano da certa realtà odierna. Basti pensare alle dimensioni ed al metodo tradizionale di consultazione, ad esempio, dell'enciclopedia Treccani, e confrontarlo con la possibilità di ricerca attraverso riferimenti incrociati che può realizzarsi con un ipertesto, e a quanto diventi prezioso, per una ricerca rapida razionale ed efficiente, l'edizione in CD-ROM della stessa enciclopedia. Esempio maggiore è dato dalla versione ipertestuale, multimediale ed on line della Enciclopedia Britannica, che sostituisce definitivamente ed interamente la versione cartacea. Rimane, certo, il problema che Eco classificava come i "libri da leggere", diversi dai cosiddetti "libri di consultazione". Qui lo studioso precisava il suo pensiero dicendo: "I libri rimarranno indispensabili non solo per la letteratura, ma in ogni circostanza in cui è necessario leggere attentamente, non solo per ricevere informazioni, ma anche per ragionarci", e aggiungeva: "Leggere lo schermo del computer, non è la stessa cosa che leggere un libro. I computer stanno diffondendo una nuova forma di alfabetizzazione, ma non sono capaci di soddisfare tutti i bisogni che stanno creando".

Non crediamo che queste valutazioni siano troppo datate, o che siano superate dallo sviluppo, compreso quello dell'editoria elettronica che il computer ed Internet hanno fatto registrare nel frattempo. Diciamo che si tratta di valutare con attenzione cosa e come sta andando questo settore, verso quale direzione. Il rapporto dell'Associazione per la Documentazione delle Biblioteche e degli Archivi, è concepito perché sia utile a porre alcune basi per un dibattito che non solo è molto aperto, ma che forse comincia solo adesso ad avere implicazioni sociali rilevanti.

Infine una informazione: la Facoltà di Lettere dell'Università di Firenze ha attivato un corso in Scienze della Comunicazione ed uno dei due indirizzi è proprio quello dell'editoria elettronica.

Profili della nuova normativa in materia di editoria on line

Leonardo Bianchi
Università di Firenze
Università di Siena

L'oggetto del mio contributo riguarda la legge 7 marzo 2000 (ora legge n. 62/01), recante "Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali".

In realtà, per capire appieno la portata e la valenza di questa legge, occorre fare riferimento ancora in primo luogo a quell'intervento normativo che forse rappresenta il momento di cesura dal punto di vista normativo, o forse meglio di ricucitura nei confronti del settore delle comunicazioni e della sua rapida trasformazione da parte dell'ordinamento legislativo, intervento rappresentato dalla legge n° 249 del 1997, c.d. legge Maccanico, approvata durante questa legislatura.

Questa legge rappresenta il primo avvio di una disciplina integrata di settori che tradizionalmente erano regolamentati in maniera distinta gli uni dagli altri, l'editoria, la radiotelevisione, le telecomunicazioni, l'informatica, ma che attraverso tutta una serie di noti processi di trasformazione legati, in primo luogo, all'applicazione della diffusione digitale del segnale, sono entrati, come si dice, secondo un'espressione ormai di comune impiego, in convergenza multimediale.

Questo ha provocato anche la necessità di una nuova regolamentazione di tutto il settore, nella ricerca della messa a punto di quello che il Presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Prof. Enzo Cheli, ama definire in maniera a mio avviso del tutto condivisibile "il diritto della convergenza". Questo diritto della convergenza, inteso come disciplina unitaria ed integrata del nuovo ordinamento delle comunicazioni, fra l'altro poi si sostanzia e prende corpo anche nella previsione di appositi organi di governo e di garanzia come la stessa Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e, a livello regionale, i Comitati Regionali per le Comunicazioni previsti dall'art. 1, comma 13, della legge n. 249 del 1997, che sono delle autorità indipendenti regionali, che entrano a far parte integrante con l'Autorità di un modello di governo di tipo reticolare.

Ora, l'avvento della convergenza multimediale e la necessità di un diritto della convergenza ha finito per mettere in crisi la precedente legislazione settoriale, prima di tutto nel settore dell'editoria, denunciando il progressivo superamento della legge 416 dell'81 e successive modifiche, innanzitutto la legge 67 dell'87. È vero che la legge Maccanico, all'articolo 2, comma 8, dove si parla delle disposizioni impeditive di posizioni dominanti fa salva la legge n. 416, ma ormai l'editoria elettronica e digitale costituisce indiscutibilmente parte integrante del sistema, ragion per cui si è reso comunque necessario procedere ad un maggiormente compiuto inquadramento normativo.

In queste brevi spigolature di prima chiosa della nuova legge, è mia intenzione utilizzare - come mostra di fare ormai anche lo stesso legislatore - come sinonimi i termini di editoria elettronica ed editoria digitale, anche se si è sostenuto, non del tutto a torto, che questi probabilmente potrebbero essere due aspetti non esattamente coincidenti.

Comunque, per semplificare in questa sede, io li utilizzerò in questo senso.

La legge n. 249 del 1997 parla di editoria elettronica e digitale all'art. 1, comma 6, lettera a, n. 5, dove si prevede l'istituzione del registro degli operatori della comunicazione che rappresenta un po' il simbolo, ma comunque certamente l'elemento di maggiore evidenza, anche dal punto di vista documentale, della convergenza, registro che, a livello regionale, tanto per dare anche una dimensione di maggior prossimità, dovrà essere - dopo il conferimento delle apposite deleghe da parte dell'Autorità ai Co.Re.Com. nella sede delle apposite convenzioni - tenuto e gestito direttamente dai comitati regionali per le comunicazioni. Di editoria elettronica e digitale si ragiona anche all'art. 2, comma 1, dove si prevede che anche il settore dell'editoria elettronica rientri nell'ambito del divieto di posizioni dominanti, ed al comma 8, lettera d), dove, con riferimento alla formazione del paniere sulla base del quale è computato il tetto massimo di riferimento nel 20% delle risorse, si fa riferimento anche all'editoria elettronica destinata alle famiglie. Quindi, in realtà, l'editoria elettronica comincia a trovare spazio in sede legislativa fin dal '97, anche se in forma diciamo un po' sbilanciata, in quanto mancante della parte cui si è data una prima attuazione con l'ultima legge.

Tra i molti problemi aperti - buona parte dei quali, ma non tutti per la verità affrontati dalla legge in questione - a questo punto, rimanevano certamente quello delle garanzie dei cittadini utenti, quello della certezza sulla qualità e distinzione del messaggio informativo rispetto a quelli di natura diversa, la necessità di inquadrare meglio i prodotti editoriali - quelli tradizionali, quelli off line, quindi CDROM, in primo luogo ma non solo - e quelli on line, il problema della definizione delle testate telematiche e quello di una migliore definizione delle imprese editrici.

Questa legge che è stata approvata porta, a mio avviso, innanzitutto un merito, che è quello di essere stata approvata in tempi rapidi: addirittura, dopo i primi lavori in Commissione Cultura della Camera dei Deputati in sede referente, a gennaio, in considerazione della prossimità della scadenza della fine della legislatura, si è deciso di cambiare la sede della Commissione Cultura e di lavorare in sede legislativa. Questo perché il legislatore ha avvertito il pericolo che, se si andava avanti con gli strumenti tradizionali di lavoro da parte delle Camere, si rischiava di non arrivare in tempo all'approvazione di questa legge: quindi la tempestività di questa legge, e questo tipo di preoccupazione da parte del legislatore costituiscono senz'altro un suo primo titolo di merito, soprattutto, ad esempio, ove rapportate alle coeve vicende della riforma dell'ordinamento radiotelevisivo, oltre che ad una certa tardività che nel passato ha caratterizzato l'intervento del legislatore. Questa legge è stata essenzialmente fatta alla Camera, possiamo dire, perché il Senato non ha fatto altro che approvare il testo approvato dalla Camera, ma utilizzando tutta una serie di strumenti, come l'approvazione di ordini del giorno, per impegnare il governo a prendere tutta una serie di misure nel solo settore però dell'editoria libraria.

A mio avviso adesso, oltre a vedere quali sono gli aspetti positivi, rimane nondimeno qualche interrogativo lasciato aperto da questa legge. Forse il Senato - che è stato per parte sua così solerte, senza tuttavia trascurare di approvare ordini del giorno che impegnano il Governo a costituire un comitato per quanto riguarda i prezzi dei libri, etc. -, avrebbe potuto completare il quadro, come dire, cercando di ottenere la risposta ad alcuni interro-

gativi rimasti aperti dalla legge anche in materia più strettamente attinente all'editoria on line.

Pur non entrando troppo nel dettaglio delle modifiche che si producono in tutto il settore delle provvidenze, ritengo doveroso rilevare che si registra un'ulteriore accentuazione della tendenza che già si è manifestata nel corso degli ultimi venti anni, verso, se non proprio l'abbandono totale, la prefigurazione di una funzione residuale e comunque molto mirata delle provvidenze intese come aiuti diretti, come contributi a fondo perduto, mentre si registra l'incremento, anzi l'erezione a modello di intervento (mi pare, correttamente in linea anche dal punto di vista della conformità con quelle che sono le linee a livello di politica comunitaria) della contribuzione indiretta, attraverso l'istituzione del fondo per il credito agevolato e la disciplina del credito d'imposta.

Molto brevemente, tutto questo consente, per quanto riguarda l'accesso al credito agevolato alle imprese, di poter richiedere un credito agevolato, nel senso che lo Stato copre la metà degli interessi per spese in termini di impianti, di formazione, ristrutturazione tecnica e produttiva: questo tipo di procedura per la richiesta dell'accesso al credito agevolato è abbreviata, cioè pressoché automatica secondo quanto previsto dall'articolo 7 della legge, per le imprese che hanno un fatturato fino ad 1 miliardo di lire.

Dopodiché, ecco, queste modalità di intervento interessano soprattutto perché le imprese editrici on line, che prima non lo potevano fare, vengono adesso messe in grado di accedere a questi fondi. L'altra misura fondamentale è quella dell'istituzione del credito d'imposta per l'acquisto di macchinari a carattere industriale, impianti per la stampa e teletrasmissione, etc. con uno sconto fiscale del 3% sugli investimenti per 5 anni. Rimane una parte a fondo perduto per i giornali senza fini di lucro, e per le cooperative, quindi molto mirati; però, il sistema che aveva finito per svuotare sostanzialmente i fondi per l'editoria presso la Presidenza del Consiglio viene corretto, fortemente corretto.

Rinviando alla tavola rotonda per un maggior approfondimento di questi temi, occorre chiedersi come tutto questo reagisca sull'editoria on line, innanzitutto per quanto riguarda il fatto che, rispetto alla legge n. 416 che si va a modificare, adesso le nuove imprese editrici, come ridefinite dalla legge che si cerca di commentare, possono accedere a questi fondi, mentre prima no.

Vediamo adesso i principali aspetti innovativi per quanto riguarda l'editoria on line. Il profilo più innovativo è sicuramente contenuto nell'articolo 1 della legge, quello che reca la definizione e la disciplina del prodotto editoriale, e che porta all'applicazione della definizione di prodotto editoriale anche alle pubblicazioni on line. Si dice che per prodotto editoriale s'intende il prodotto realizzato su supporto cartaceo ivi compreso il libro, o su supporto informatico destinato alla pubblicazione o comunque alla diffusione di informazioni presso il pubblico, con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la rete diffusione sonora o televisiva, con esclusione di prodotti discografici o cinematografici. Da qui, si può capire, intanto, che per esempio le testate telematiche soltanto on line, rientrano in questo tipo di definizione: quindi, mentre sappiamo che ci sono testate su cartaceo che poi hanno anche il loro sito on line, l'altro profilo è costituito da quelle testate che sono soltanto on line. Mentre per le prime c'era una copertura in termini di prodotto editoriale (e quindi ai fini della legge la copertura era comunque garantita

dal fatto che tale prodotto fosse su supporto cartaceo), con questa nuova previsione, si estende l'applicazione del concetto di prodotto editoriale anche a quelle testate, edite soltanto on line.

Quindi, evidentemente, il fatto che sia previsto ogni mezzo anche elettronico per la diffusione, la pubblicazione di questo prodotto editoriale è un elemento che consente di includere pubblicazioni on line, mentre sono esclusi i dischi ed i film; dopo di che si capisce, sulla base del comma 2, che invece non costituiscono prodotto editoriale tutta un'altra serie di prodotti, come quei supporti che riproducono esclusivamente suoni e voci, le opere ed i film dei prodotti destinati esclusivamente all'informazione aziendale, sia per uso interno che presso il pubblico, dove per opera filmica s'intende praticamente tutto il prodotto audiovisivo, non soltanto quello cinematografico.

Anche qui ci sarà, ma forse bisognerà pensarci più avanti, un problema di utilizzazione di queste espressioni, perché delle volte le stesse espressioni usate nel settore dell'editoria on line vogliono dire una cosa, usate nel settore della cinematografia vogliono dirne un'altra. Quindi forse un problema di riconduzione a coerenza di sistema anche dal punto di vista terminologico che nella disciplina di questi aspetti potrebbe essere auspicata.

Però rimane un problema, alla luce di questa definizione, di ciò che è e di ciò che non è prodotto editoriale. Per esempio, se io arrivo ad applicare fino in fondo questo tipo di distinzione nei termini previsti dalla legge, posso anche arrivare anche alla conseguenza che un'edizione in CDROM dei *Promessi Sposi* o della *Divina Commedia*, che è destinata ai non vedenti e che quindi reca soltanto voci, non è un prodotto editoriale. E questo è un interrogativo che io mi pongo, e mi pare un interrogativo abbastanza fondato, su quella che è la lettera della legge.

Altro aspetto di rilievo è quello posto dall'articolo 1, comma 3, dove si dice che al prodotto editoriale si applicano le disposizioni di cui all'articolo 2 della legge n. 47 del 1948, le disposizioni cioè che prevedono le indicazioni obbligatorie sugli stampati: quindi, anche per quanto riguarda il prodotto editoriale on line, occorre l'indicazione del luogo e dell'anno della pubblicazione, il nome, il domicilio dello stampatore, quello dell'editore, per i giornali ed i periodici il luogo e la data della pubblicazione, il nome del proprietario e del direttore responsabile.

Il problema forse più delicato, viene dal secondo periodo dell'articolo 1, comma 3, che dice che il prodotto editoriale diffuso al pubblico con periodicità regolare e contraddistinto da una testata costituente elemento identificativo del prodotto è sottoposto altresì agli obblighi previsti dall'articolo 5: gli obblighi di registrazione. Questo tipo di previsione implica una presa di posizione da parte del legislatore su un problema che era rimasto aperto in sede legislativa, ma era stato affrontato in sede giurisprudenziale nella seconda metà degli anni '90, e con maggiore incisività dal '97 in avanti, problema che riguardava la registrazione dei soli periodici diffusi esclusivamente on line. Quindi non dei periodici che sono su supporto cartaceo e che poi hanno anche un loro sito, ma solo di quelli on line. Su questo, la giurisprudenza si è orientata positivamente nel senso della registrazione, c'è stato anche per la verità qualche caso in cui, ad esempio un caso a Pavia, in cui la cosa è stata lievemente ostacolata, ma la giurisprudenza è stata abbastanza univoca in questo senso. Anche l'ordine dei giornalisti ha preso posi-

zione in questo senso, ma rimaneva aperto il problema perché la decisione sulla registrazione o meno era rimessa soltanto al giudice.

Si va dunque facendo avanti una definizione di testata giornalistica ormai vincolata non più al veicolo di diffusione su cui viene trasmessa, sia su carta, sia on line, sia su qualsivoglia veicolo (perché naturalmente qui rientra anche la radiodiffusione), ma vincolata piuttosto alla funzione, che è quella che consente di identificare, di unificare i vari aspetti.

A questo proposito, la legge prevede che vi sia l'obbligo della registrazione presso la cancelleria del Tribunale, purché il prodotto editoriale diffuso al pubblico, contraddistinto da una testata costituente elemento identificativo del prodotto - e per questo possiamo dire che in qualche misura c'è, praticamente tutti i siti hanno una testata più o meno identificativa del prodotto - esca con periodicità regolare. Cosa vuol dire periodicità regolare? Vi potrebbe infatti essere il rischio dell'elusione se la testata avesse soltanto una periodicità irregolare: come dire che ogni tanto si salta un numero, oppure che il prodotto non esce tutte le settimane ma esce una volta ogni 10 giorni, una volta ogni 20 giorni etc. In questi casi, ci potrebbe essere il rischio di sfuggire all'obbligo della registrazione, a meno di non intendere la periodicità regolare come periodicità *tout court*.

Ma il problema di maggior rilievo è un altro, derivante dalla combinazione dell'articolo 1, comma 3 secondo periodo, con l'articolo 16 della legge, articolo 16 che c'interessa - cioè interesserà anche i Co.Re.Com. in quanto terranno la gestione del Registro a livello regionale - perché vi si dice che i soggetti tenuti all'iscrizione nel ROC (Registro degli Operatori di Comunicazione) presso l'Autorità, sono esentati dall'osservanza degli obblighi previsti dall'articolo 5. Cioè, sostanzialmente, ed anche formalmente: chi s'iscrive al ROC può non essere registrato presso il Tribunale. L'iscrizione al ROC produce gli stessi effetti della registrazione in Tribunale, quindi l'effetto è lo stesso: di porsi come la condizione per l'inizio delle pubblicazioni.

Qualche ulteriore interrogativo, a mio modo di vedere, a questo punto ha ragione di porsi, anche perché i lavori parlamentari non aiutano granché: questa legge è stata, infatti, approvata in commissione in sede legislativa alla camera, ma la sua stesura su diversi aspetti risulta essenzialmente frutto di un lavoro svolto in comitato ristretto, il cui resoconto non è quindi disponibile pubblicamente, mentre, al contrario, dai lavori della commissione si ricava un grado di incidenza abbastanza limitato da parte di questa.

Bisogna, però, per lo meno ricordarsi che c'è una finalità diversa tra questi due tipi di registrazione, quello previsto dall'articolo 5 della legge n. 47 del 1948 e quello previsto dalla legge Meccanico. Da un lato il Registro presso il Tribunale, dall'altro il ROC che sostituirà, quando ci sarà, dopo l'approvazione del rispettivo regolamento, il Registro delle Imprese Radio Televisive e il Registro Nazionale della Stampa. Ma è cosa diversa rispetto al Tribunale, in cui innanzitutto c'è una registrazione per testata: presso il ROC ci sarà una registrazione per operatori di comunicazione, ivi comprese le imprese editrici. Ma questo non è un dato formale, ma un dato sostanziale perché sono diverse proprio le finalità dei due registri. Infatti, il primo esprime le finalità di individuare anche le responsabilità penali, e di tutelare il singolo, mentre il secondo ha la finalità di garantire l'attuazione dei principi costituzionali del-

la trasparenza e del pluralismo, in via immediata la trasparenza degli assetti proprietari delle imprese di comunicazione e in via indiretta il pluralismo.

Inoltre, al ROC si devono iscrivere senz'altro le imprese, mentre non sembra che si debbano iscrivere le persone fisiche. Se una testata telematica è di proprietà di una persona fisica non c'è l'obbligo di iscrizione al ROC, dunque.

Potrebbe venir fuori un quadro in cui abbiamo alcune testate di proprietà di imprese che sono iscritte solo al ROC perché l'articolo 16 consente di non iscriversi al tribunale, e non hanno gli obblighi previsti dalla legge sulla stampa ed anche le tutele previste dalla legge sulla stampa; e altre testate di proprietà di persone fisiche che non possono essere iscritte al ROC e quindi si iscrivono nel registro del tribunale e hanno invece gli obblighi e anche le tutele previste dalla legge sulla stampa.

In questo quadro forse si potrebbe anche inserire il fatto che queste testate possono essere di proprietà non solo di persone fisiche, ma anche di associazioni di volontariato no profit (soggetti alla cui proprietà di testate fa riferimento, fra l'altro, la mozione n° 161 del 13 febbraio 2001, approvata dal Consiglio Regionale della Toscana): anche in questo caso, se non assumono la forma di impresa, le testate non hanno l'obbligo di iscrizione al ROC. In questo caso, evidentemente, ci sono dei problemi di diversità di obblighi di tutela.

Poi ci sono quelle testate che possono scegliere di non osservare una periodicità regolare ma una periodicità irregolare e allora possono non avere obbligo di registrazione; cioè hanno sicuramente l'obbligo di indicazione sugli stampati ma possono avere qualche problema se non ci si chiarisce in sede interpretativa. Probabilmente dovrebbero essere iscritti al ROC, ma così ricadrebbero quanto meno nella seconda categoria.

Su questo, il regolamento sul ROC dell'Autorità farà sicuramente luce, ma incontrerà anche qualche limite nella stessa legge, e nella riserva relativa che c'è in questa materia. Inoltre, ad ogni modo, il passaggio di funzioni da autorità non a caso giurisdizionali ad autorità amministrative indipendenti, tanto più se collocate a livello regionale, inevitabilmente non potrà non porre qualche delicato aspetto di coordinamento su di un piano più generale.

In altri termini, alcuni interrogativi sulla registrazione, a mio avviso, sono aperti.

Di grande rilievo valuto, invece, l'articolo 2, con novità importanti, che secondo me danno un grande valore aggiunto a questa legge. Va sottolineato che l'articolo 2, lettera a), prevede la modificazione dell'articolo 1 della legge n. 416, dove si allarga l'oggetto dell'impresa editrice anche all'attività editoriale esercitata con qualunque supporto, anche elettronico: in questo modo si apre la strada all'impresa multimediale.

L'altro aspetto importante è quello per cui, dal punto di vista della trasparenza, le quote sociali possono essere intestate a società purché la partecipazione di controllo di dette società sia intestata a persone fisiche o a società direttamente controllate da persone fisiche. Cioè, in questo caso, non basta che la maggioranza di queste società sia intestata a persone fisiche, ma l'intero assetto azionario deve essere riconducibile a persone fisiche. Questa è una grande garanzia, anche ed in primo luogo per i cittadini-utenti. Se è ipotizzabile una garanzia nei confronti della trasparenza degli assetti proprietari, qui si realizza sicuramente in misura piena, mentre nella legge 416 dell'81 c'erano delle zone ancora non pienamente illuminate dal punto di vista della trasparenza.

L'ultimo aspetto che vorrei sottolineare è che una delle novità che erano contenute nel disegno di legge iniziale - che anche il relatore On. Giuliotti giustamente metteva in evidenza all'inizio dei lavori della Commissione - e cioè il fatto che ai fini del concorso per l'accesso al sistema delle provvidenze fosse stato sostituito il criterio della tiratura con quello della diffusione, non è passata, per motivi anche collegati alla difficoltà di precisare il concetto effettivo di diffusione, difficoltà che sostanzialmente avrebbe ritardato i lavori e dunque l'approvazione della legge. Il problema rimane tuttavia in piedi, in quanto il criterio della tiratura ha portato a notevoli distorsioni nella materia delle misure di sostegno, ponendo la necessità di una sua sostituzione, al fine in primo luogo di un buon funzionamento del nuovo meccanismo, che potrebbe rimanere inceppato.

In conclusione, il fatto che la legge ci sia, che rechi questa nuova definizione di prodotto editoriale, che a mio avviso lascia aperti alcuni problemi soprattutto dal punto di vista della registrazione delle testate telematiche, determina comunque un elemento di valutazione complessivamente favorevole della legge perché vuol dire che evidentemente il legislatore ha avuto a cuore la tempestività dell'intervento su questi temi, anche se alcuni aspetti avrebbero potuto essere messi a fuoco in modo migliore.

Parte Seconda

La parola ai protagonisti

La parola ai protagonisti

Roberto Barsanti

Mi sono occupato abbastanza a lungo, ma forse in maniera non del tutto coerente e con risultati alterni, delle questioni della comunicazione nel Parlamento Europeo.

I temi presi qui in considerazione hanno precisi riferimenti normativi anche di carattere europeo. Non si può parlare di editoria on line riferendosi ad ambiti che non siano almeno europei, e ci sono due testi che sarebbe interessante approfondire e che potremmo avere presenti utilmente anche in questo confronto, perché, intrecciandone delle parti, si ricavano principi e questioni che sono già in parte presenti, ma saranno ulteriormente sviluppati nella stessa legislazione italiana.

Questi due testi sono: la direttiva sul commercio elettronico, che ormai è pubblicata in Gazzetta Ufficiale (la direttiva 2031 dell'8 giugno 2000), e la direttiva sul diritto d'autore che, dopo un cammino periglioso (fu presentata nel dicembre del 1997 dalla Commissione Europea) è stata votata dal Parlamento Europeo nel 2001.

Ci sono molti spunti in questi due testi che ci soccorrono, o perlomeno che suggeriscono una riflessione anche per quanto riguarda il prodotto editoriale. Voglio richiamarne solo due o tre. Trovo molto importante, e questo si intreccia con il tema della liceità degli aiuti pubblici di cui tratta Bianchi, che, all'articolo 1 della direttiva sul commercio elettronico, si sia inserito un capoverso, che potrebbe apparire persino stravagante, in cui si dice che la presente direttiva lascia impregiudicate le misure adottate a livello comunitario o nazionale nel rispetto del diritto Comunitario, per promuovere la diversità linguistica e culturale e garantire la salvaguardia del pluralismo. È uno dei pochissimi testi comunitari nel quale il tema del pluralismo (ormai introdotto anche nella Carta Dei Diritti Fondamentali, articolo 11) è esplicitato. Questo crea una situazione di grande interesse dal punto di vista del sostegno e della tutela della diversità linguistica.

Ma un altro nucleo normativo, che ha un riflesso immediato nel nostro dibattito, è quello in cui si parla della regolamentazione delle professioni, tra le quali evidentemente quella del giornalista non è di secondaria importanza, proprio nel panorama dell'on line, e si sottolinea che: "La Commissione, fatta salva l'autonomia delle associazioni e organizzazioni professionali incoraggia, assieme agli Stati Membri, ad elaborare codici di condotta a livello comunitario che precisino le informazioni che possono essere fornite a fine di comunicazioni commerciali..."

Questo significa che, giustamente, il tema del codice di condotta, il tema dell'autoregolamentazione, anche dal punto di vista della professione giornalistica, diventa un tema di primo piano nel contesto europeo: perché, senza questa prospettiva, il discorso diventa evidentemente molto più complicato. Non solo in questa direttiva si precisa - e la battaglia non è stata lie-

ve - anche quali sono le responsabilità che debbono avere i fornitori di servizi (fornitori di servizi in generale ma anche, ovviamente, di servizi editoriali). Distinguendo molto nettamente tra il fornitore di servizio “intelligente”, che produce e propone, ad esempio, una testata giornalistica, dal fornitore di servizi puramente di carattere tecnologico, che evidentemente non è tenuto a fornire le informazioni, o comunque ad avere quella condizione di responsabilità necessaria per governare questi processi.

Anche nella direttiva sul diritto d'autore, il Parlamento ha apportato delle correzioni, alcune delle quali sono andate proprio nella direzione delle richieste dei giornalisti nella vicenda contrattuale. Esse riguardano le rassegne stampa, l'obbligo della citazione della fonte nel caso che ci siano citazioni, o nel caso che ci siano estratti da opere da mandare on line, e, ove possibile, anche l'equo compenso e la citazione nominativa dell'autore. Qui il testo è migliorato, perché in una prima versione, ad esempio, la citazione dell'autore avveniva “Se possibile”. Una formula che equivale all'annullamento della norma. Nel testo finale, invece, si dice che deve esistere la prova contraria: ovvero si può non citare l'autore se si dimostra che è impossibile effettuare questa citazione.

Ci potrebbero essere molti altri elementi da mettere in rilievo. Ad esempio, nella direttiva sul commercio elettronico vi è la sottolineatura che uno Stato membro può impedire la circolazione di messaggi, chiudere un sito o comunque adottare provvedimenti ingiuntivi, nel caso ci siano incitamenti all'odio razziale, ragioni di sicurezza, di dignità della persona e così via.

Anche da questi minimi accenni risulta che il mondo della rete e quello dell'editoria on line non hanno bisogno di un Eldorado anarchico per svilupparsi, ma di regole chiare e di responsabilità definite.

Battersi perché il diritto d'autore sia vanificato, oppure esaltare l'irresponsabilità di chi fa operazioni editoriali contingenti, momentanee o piratesche, non credo ci aiuti né a risolvere questioni inerenti alla deontologia professionale, né a dare all'editoria on line quel rigore, quella chiarezza, che è la sola che può consentire sia una competitività seria e fondata, sia una produzione riconoscibile e criticamente discutibile.

GIOVANNI VALENTINI

Direttore editoriale di Tiscali

Inizio buttando sul tavolo due domande iniziali, abbastanza provocatorie.

La prima è: esiste un'editoria elettronica?

La seconda è: può esistere un'editoria elettronica?

Partirei da questi due interrogativi che si possono poi sintetizzare alla fine in uno solo: esistono o possono esistere gli editori on line, gli editori elettronici?

Per la verità, dopo trent'anni di professione giornalistica passata, grossomodo, tra La Repubblica e L'Espresso, la domanda che sta dietro questi interrogativi è se esistono gli editori. Cioè se esistono delle figure imprenditoriali che fanno gli editori in quanto tali.

Naturalmente è una domanda paradossale, ma ho sempre pensato, un po' sul serio un po' per scherzo, che i giornalisti, categoria alla quale appartengo dal 1971, non sono l'ultima categoria nella scala gerarchica, nella scala sociale, proprio perché ci sono appunto gli editori all'ultimo posto.

Ora io ho lasciato la carta stampata per fare un'esperienza in rete, sono diventato direttore editoriale di Tiscali, ho cominciato a lavorare già sulla

rete dal '96, quando, da vicedirettore di Repubblica, fui incaricato di coordinare il gruppo di lavoro che fondò Repubblica.it, cioè la versione on line di Repubblica, e da allora mi sono appassionato ai temi della rete perché, tanto sono pessimista e critico sulla situazione dell'informazione e dell'editoria in generale, così com'è oggi, quanto invece sono fiducioso per il futuro che la rivoluzione digitale può mettere in circolo, inoculando dei germi positivi di rigenerazione e di ricambio del sistema dei media.

Vorrei sottoporre alla vostra attenzione due riflessioni. La prima sull'I.S.P, ovvero l'Internet Service Provider, che è, come tutti sapete, il soggetto principale della comunicazione in rete, anche se ce ne sono tanti altri.

La stessa ricerca del Co.Re.Rat. (in questo volume), offre spunti e riflessioni interessanti: si fa un'analisi, una panoramica complessiva.

Ma, dopo il lavoro a Tiscali, mi sento di dire che l'I.S.P non è un editore, o perlomeno non è soltanto un editore, nel senso tradizionale come noi siamo abituati a pensarlo. Non starò qui a riprendere la vecchia polemica antichissima iniziata a suo tempo dal mio amico e maestro Eugenio Scalfari sul cosiddetto editore puro, cioè sull'editore che non fa altri mestieri che quello, che non ha altri proventi finanziari, anche perché se dovessimo giudicare oggi la purezza dei cosiddetti editori puri, forse il discorso ci porterebbe molto lontano.

Una volta si diceva: l'imprenditore, l'industriale, il finanziere, il petroliere, fa i giornali anche se ci perde, perché comunque recupera su altri tavoli, viene ripagato con altre monete, perché fa affari, cura i propri interessi. Oggi il paradosso è che gli editori, puri o impuri, non solo continuano a fare i loro interessi ed i loro affari, ma guadagnano anche dalle aziende editoriali.

Il secondo punto che vorrei sottoporre alla vostra attenzione e che è strettamente connesso al primo, è che i contenuti, per quanto riguarda la rete, l'editoria on line, non sono soltanto contenuti editoriali. Un po' ingenuamente, da neofita, cominciando a frequentare un'azienda connessa in rete come Tiscali, io mi portavo dietro un concetto "nobile" di contenuti: contenuti informativi, contenuti editoriali, notizie, commenti, opinioni, frammenti di verità. Ma i contenuti per la rete non sono solo contenuti editoriali, sono anche servizi e sono anche offerte commerciali.

L'uso commerciale della rete, secondo me, va tenuto presente per qualsiasi discorso sull'editoria on line. Il problema è, a mio parere, innanzitutto un problema di quadro culturale, a cui devono fare riferimento gli operatori della rete. Parlo dall'interno di un'azienda che ormai si avvia ad essere il primo provider italiano, è già il secondo provider a livello europeo, e che per le caratteristiche personali del suo fondatore, Renato Soru, ha una sua naturale proiezione sociale. Tiscali è stata la prima azienda in Italia di Internet a lanciare il free Internet, cioè l'Internet gratuito, non a pagamento. In tal senso, penso di avere un osservatorio privilegiato. Ciò tuttavia non mi impedisce di dire che gli operatori dell'editoria e dell'informazione on line devono effettivamente fare un salto di qualità sul piano culturale, per ridefinire il proprio ruolo ed il proprio rapporto con la società.

Il secondo è un problema invece di mercato, ed in particolare del mercato italiano. Noi sappiamo, per esperienza comune, che la risorsa primaria di qualsiasi azienda informativa, di carta, radio televisiva, elettronica, è la pubblicità.

Io non vorrei qui parlare male di Berlusconi, intanto perché lo faccio ormai da troppo tempo e comincio a stancarmi anch'io, secondo perché se

ne parla tanto male in questi giorni che si rischia di fargli poi un grande favore. Però non si può prescindere da un dato anomalo, macroscopico a livello internazionale, che è quello della concentrazione pubblicitaria in mano alle aziende televisive italiane. Parlo al plurale anche se, come tutti sapete, in realtà ce ne sono due, una pubblica ed una privata, ed il discorso vale sia per la Rai, sia per Mediaset. L'Italia è l'unico paese al mondo, perlomeno l'unico paese del mondo civile industrializzato, evoluto, in cui la televisione nel suo complesso, pubblica e privata, detiene una quota mostruosa di pubblicità, che arriva al 56-57%. Questo non accade in nessun altro paese: non accade negli Stati Uniti, non accade in Germania, non accade in Inghilterra, non accade in Francia. Forse in Thailandia, dove appunto c'è un signore che, imitando Berlusconi, vuole anche lui diventare Premier. Questo dato, è un dato anomalo che però deve far riflettere sia sulle condizioni di sopravvivenza degli operatori editoriali tradizionali, parlo delle aziende della carta stampata, ma soprattutto delle aziende elettroniche, delle aziende di comunicazione on line. Mi colpì, quando entrai per la prima volta a Tiscali, di leggere sulla targa di ottono, che è sul cancello della vecchia villa a Cagliari: "Tiscali, Azienda di telecomunicazione". È chiaro che Tiscali non è un editore, e, se non lo è Tiscali, a maggior ragione non lo sono una serie di altri fornitori di contenuti on line. Tornando alla pubblicità, questo dato che ho richiamato alla vostra attenzione, è un dato che condiziona tutto il mercato, perché lascia le briciole a tutti gli altri operatori, e naturalmente lascia le briciole più piccole ai nuovi soggetti, a quelli che sono appena entrati, come gli editori o i produttori di informazione on line. Questo è un handicap che, a mio avviso, condiziona fortemente in Italia, più che in qualsiasi altro paese, l'evoluzione dell'informazione e dell'editoria on line. Da una parte Internet gratuita, dall'altra scarse risorse pubblicitarie: tutto questo condiziona la qualità del prodotto, condiziona i contenuti, condiziona le scelte strategiche che questi operatori dovranno fare.

A questa situazione, corrisponde poi, ne accenno soltanto sommariamente, una condizione anomala degli operatori.

Io ho coniato per me stesso, ma credo di poterlo applicare a tutti coloro che svolgono mansioni analoghe a quelle giornalistiche sulla rete, il termine di "post- giornalista". Siamo tutti "post" qualche cosa. Il giornalista on line, così come il suo editore, è un editore *in fieri*, è un editore potenziale, virtuale, è un post-giornalista: intanto perché deve sviluppare una professionalità tecnica diversa, più complessa, più matura, più evoluta, ma soprattutto deve impadronirsi del linguaggio della multimedialità, che non significa più saper scrivere -ammesso che uno lo sapesse fare prima- una notizia, un commento, ma deve saper gestire e intrecciare il linguaggio scritto con quello audiovisivo, con il sonoro e con il video.

Questa è secondo me la prospettiva principale di evoluzione dell'informazione on line. Io penso che chi fa Internet oggi, non potrà non fare televisione domani, e viceversa chi fa televisione, non potrà non fare Internet. Naturalmente, anche qui bisognerà intendersi su prodotto televisivo per Internet, sul formato di questo prodotto, perché è sbagliata, a mio giudizio, l'idea di prendere un giornale di carta e proiettarlo in rete, così come è profondamente sbagliata l'idea di prendere un telegiornale od un servizio televisivo e trasmetterlo on-line: bisognerà infatti riconfezionare il prodotto televisivo. Ma,

a mio parere, questa contaminazione dei generi e dei linguaggi - scritto, visivo e sonoro - sarà un punto di forza per l'informazione e per l'editoria on line. E l'altra ragione per cui tendo a parlare di post-giornalista, è che deve cambiare l'attitudine mentale del giornalista: da una parte perché la rete sviluppa un'altra caratteristica fondamentale e che tutti voi conoscete, che è l'interattività. Ho già detto e scritto più volte, suscitando un po' di polemiche (qualche volta anche qualche critica da parte dei colleghi giornalisti), che ormai il giornalista on line deve scendere dal pulpito, o se preferite dal piedistallo, per mettersi al servizio del pubblico, per confrontarsi direttamente con il pubblico: non può più pretendere di far calare dall'alto una gerarchia di notizie; ed in questo senso è vero che Internet, in realtà, ha una valenza democratica molto forte, molto più di quanto non fosse nella comunicazione tradizionale.

Un altro elemento con il quale bisognerà fare i conti è quello dell'analfabetismo digitale. È vero che in Italia ormai stiamo arrivando a circa 10 milioni di utenti Internet, ma è anche vero che c'è molta strada da fare che soprattutto certe fasce generazionali, quelle fasce diciamo, più adulte, più mature, che devono essere, come dire, convertite alla rete. E poi anche tra i frequentatori abituali della rete c'è ancora un alto tasso di analfabetismo, cioè di scarsa conoscenza dei meccanismi, proprio quelli più elementari di navigazione, che spesso i produttori di informazione dell'editoria on line, tendono a trascurare.

Detto tutto questo, voglio concludere con un auspicio.

Io continuo a pensare, dopo essere passato dalla carta stampata all'informazione on line, che la rivoluzione digitale avrà degli effetti grandemente positivi nel tempo, sul modo di comunicare, perché le cose che abbiamo detto, l'interattività, il linguaggio multimediale, il sovvertimento della gerarchia delle notizie, la tendenza delle informazione on demand, cioè un'informazione a richiesta, legata ai bisogni informativi e culturali del singolo utente, sono fatti di grande prospettiva, che a mio avviso sono talmente importanti che rivoluzioneranno il modo di fare comunicazione anche sugli altri media.

La storia dei mezzi di comunicazione di massa, come mi insegna il mio amico Prof. Mugnai, dice che nessun nuovo mezzo ha mai sostituito o soppiantato quelli precedenti. C'è sempre stata una complementarità, un'integrazione, ma appunto anche un'influenza reciproca. Ed in questo senso io penso che l'informazione e l'editoria on line non potranno non esercitare un effetto su tutti gli altri media.

Concludo con una battuta. In un suo libro sull'informazione nell'editoria on line l'Ing. De Benedetti, che, come tutti sapete, è il proprietario del Gruppo Espresso, dice che secondo lui l'obiettivo dell'informazione on line deve essere quella di "catturare" il tempo dell'utente. Io preferisco usare un altro verbo: "conquistare" il tempo e l'attenzione degli utenti.

CARLO BARTOLI

Associazione Regionale della Stampa

La definizione che ha introdotto Giovanni Valentini è estremamente stimolante e direi anche pertinente, ed attorno a questa si lega la vicenda contrattuale, che impegna la categoria dei giornalisti in un dibattito molto serrato, con un contraddittorio molto forte.

La divisione che attraversa la categoria dei giornalisti in questo frangente, è proprio quella di valutare se i giornalisti, quelli che oggi fanno questa professione, possono essere anche quelli che Valentini definisce i “post-giornalisti”: ossia se possa esserci una cesura netta tra quelli che operano nei tradizionali mezzi di informazione e quelli che andranno, o che già stanno ad operare nei mezzi di comunicazione più avanzati e più innovativi. La scommessa del contratto di lavoro che è stato siglato e che forse, sottolineo forse, verrà firmato, è proprio questa. Perché la divisione che ci attraversa non è tra chi, da un lato, ritiene che un contratto di lavoro forte, con garanzie estremamente precise, con meccanismi di controllo molto articolati, debba essere applicato ed esteso anche ad Internet e chi, da un altro, non lo ritiene applicabile. Non è questo il punto che ci divide; questo è il punto che ci divideva con gli editori, che ci ha impegnato per 18 mesi in una vertenza molto pesante, con scioperi e con giornate del silenzio.

E, lo dico per inciso, la divisione con gli editori non era dettata dalla loro affermazione che non servono giornalisti nei nuovi mezzi di comunicazione. Tutt'altro, perché, soprattutto i grandi gruppi, che si apprestano a trasferire informazione sulle testate on line, hanno rapidamente capito che il valore aggiunto sta nella qualità dell'informazione che si dà: e la qualità non scaturisce automaticamente, ma nasce dalla professionalità e dalla capacità delle persone che vengono impiegate in questo settore. Il contrasto con gli editori nasce e si spiega esclusivamente con fatti apparentemente banali, ma molto concreti: nel senso che far fare informazione ad una persona con un contratto da metalmeccanico di basso livello, cioè da artigiano metalmeccanico, costa obiettivamente molto meno, ma offre anche molte meno garanzie. Quello che sta caratterizzando il dibattito, e la divisione che attraversa la categoria dei giornalisti è un altro punto: non l'estensione ad Internet del contratto, bensì il recepimento di una serie di norme che sono abbastanza indigeste a gran parte dei cosiddetti garantiti, ovvero a chi già sta all'interno dei contratti di lavoro giornalistico e fa fatica ad accettare la sfida che Internet propone.

Cosa significa? Significa che c'è una parte del mondo del giornalismo che ritiene che la sfida con il multimediale vada affrontata, dicendo che quello non è un terreno che sta fuori dal nostro lavoro; quello è un terreno che sta dentro alla nostra professione, per cui vogliamo includere nel nostro contratto anche chi fa il lavoro di informazione in Internet e ci mettiamo in gioco noi stessi, accettando di prestare la nostra opera anche per le testate multimediali degli stessi gruppi.

Questo ha una ricaduta molto importante, perché l'opera del giornalista è vincolata ad una serie di norme che hanno una loro storia molto precisa e vincoli che verrebbero a cadere. Per cui la scommessa di un professionista che oggi lavora in un quotidiano, è quella di sapersi confrontare con questi nuovi mezzi, di avere anche la voglia, di affrontare il sacrificio di imparare anche nuovi linguaggi, nuove tecnologie, nuove tecniche, nuovi modi di espressioni, di stare alla sfida di mezzi che impongono architetture delle notizie del tutto diverse.

Posso fare un esempio molto brutale. Quello della testata on line del giornale dove lavoro. Quando io, nei giorni liberi, magari fuori dalla Toscana, la apro per vedere cosa dice quel giorno il giornale in cui lavoro, ecco, io registro una grandissima difficoltà a capire, mi ci vuole del tempo per capire cosa effet-

tivamente voleva dire il mio giornale quel giorno, quale era la sua gerarchia delle notizie. E questo perché la versione on line dà una trasposizione puramente automatica del prodotto cartaceo. Ma le testate on line, sono una cosa diversa dalla traduzione semplicemente nel digitale dei contenuti che noi veicoliamo sulla stampa, per cui non solo impone linguaggi, ricerca di selezione delle notizie, gerarchia delle notizie, ma anche proprio una diversa architettura.

Ecco, questa divisione che ci attraversa e che è molto forte, propone l'idea che, appunto, il giornalista che oggi lavora nella carta stampata sappia accettare questa sfida, che è una sfida non di poco conto. Ma non si tratta solo di allargare un contratto di lavoro al settore di Internet. Perché l'informazione, io credo, è informazione comunque ed ovunque la si manifesti e la si esprima. Come possiamo, allora, garantire la separazione tra informazione e pubblicità, come possiamo garantire l'applicazione dei codici deontologici, la Carta di Treviso per il rispetto dei diritti dell'infanzia, il rispetto delle norme sulla privacy, il diritto di replica, se noi partiamo dal presupposto che Internet, tutto l'on line, sia una nuova frontiera, nella quale vale una sola regola, quella della mancanza di regole?

Addirittura vedevo che anche il Consiglio Regionale della Toscana, in una mozione, metteva in discussione l'opportunità di estendere le norme stabilite dalla legge sulla stampa che riguardano, la registrazione delle testate e la necessità di avere un direttore responsabile per le testate on line. Mi sembra che anche questo ponga l'esigenza di una riflessione molto attenta su questo campo.

Io ho ascoltato con molto piacere l'annotazione che ha fatto l'Assessore Boni alla conclusione del suo intervento, perché secondo me c'è una mitologia secondo la quale Internet sia pura libertà e il pensare di introdurre regole e norme sia puramente e semplicemente commettere un omicidio. Così, a mio avviso, non è. Anzi ritengo che il vero pericolo sia il contrario, perché in Internet stanno passando processi che vedono gruppi a livello nazionale ed internazionale che hanno capacità di mobilitare ingenti risorse, che finiranno per schiacciare le realtà minori. Il fatto poi che su Internet l'informazione non abbia un controllo, non sia garantita, non abbia delle certezze, è un aspetto pericolosissimo, perché anche le notizie dovrebbero avere una loro DOC, come abbiamo la Denominazione di Origine Controllata per il vino o per il formaggio. È un paradosso, ma anche le notizie, per avere senso, validità, devono avere una garanzia di veridicità. Io voglio solo dire, che bisogna fare molta attenzione alla mitologia di Internet. Su Internet, si trovano tantissime notizie adulterate, e ci si intossica, non solo assumendo alimenti adulterati, ma anche notizie adulterate. Io credo che, tornando alla vicenda contrattuale, per concludere rapidissimamente, il nostro contratto pone una serie di vincoli, garantisce non solo l'autonomia, la responsabilità dei giornalisti, ma anche pone dei problemi di autoregolamentazione dell'esercizio dell'attività giornalistica da parte del professionista, e queste sono delle tutele, sono delle garanzie che proprio alla luce dei pericoli che l'Assessore in qualche maniera lasciava intravedere sono fondamentali. Perché in definitiva, quando entrano in gioco grandi masse economiche, la differenza non la fa il mercato, la differenza la fa chi opera in queste strutture, la fa la correttezza, la trasparenza, la deontologia professionale oltre che la capacità di chi in queste strutture opera.

FABRIZIO CARDINALI

Gruppo Editoriale Giunti

Quando sono stato delegato dal gruppo editoriale a partecipare a questo incontro sull'Editoria on line, temevo che la discussione sarebbe stata essenzialmente sugli aspetti giuridici della nuova legge sull'editoria, tra l'altro ben illustrata dal Dott. Bianchi (nella prima parte del volume). Fortunatamente mi sembra che il discorso si sia molto allargato sul tema, molto più verticale ed orizzontale, su cos'è l'editoria on line. E la parola ai protagonisti serve proprio forse per aumentare questo dibattito.

E quindi ben venga, nel senso che questo si collega molto di più alla mia personale esperienza, essendo da circa ormai 12 anni attivo nella comunicazione multimediale, dai tempi dei video dischi, dai tempi nel quale il turbine tecnologico, consentitemi il termine, era molto meno accentuato, e quindi si poteva molto di più focalizzare sui contenuti, sul messaggio e molto meno sui media. Inoltre il contributo che vorrei dare si lega anche particolarmente a questa visione più generica, grazie al fatto che rappresento due società, entrambe nel gruppo editoriale Giunti, che si occupano per il gruppo, ma anche per altri editori, potenziali concorrenti di Giunti, di problemi di mercato tradizionale, od anche di altri settori tipicamente industriali. La società *The New Media Development* è soprattutto una società di ricerca, ricerca finanziata dal Ministero per la Ricerca Scientifica.

Il che ci dà, oltre ad alcuni problemi, grossi vantaggi di monitoraggio del mercato internazionale, in qualità di attori di primaria importanza, con gli oltre 100 partner che abbiamo in consorzi internazionali.

Vorrei partire dal termine "traghetta" usato stamattina dal presidente del Co.Re.Rat., col quale si voleva indicare il ruolo che la nuova legge si prefiggeva: aiutare a traghetta l'editoria da un mondo ad un altro. Ora, il termine "traghetta", è molto aulico e positivo. In questa visione carontica, che è molto positiva, quando uno traghetta, innanzi tutto affronta un'iniziativa quasi per propria volontà: vede da dove parte e vede dove potrà arrivare; lo fa probabilmente in maniera tangente alla corrente di flusso, quindi sa che è un evento abbastanza calmo e pianificato.

Le variabili spazio temporali di questo fenomeno sono ben conoscibili a priori, quindi il termine "traghetta" si applica probabilmente ad altri fenomeni dell'editoria, come ad esempio un editore che passa da un settore ad un altro, da un media ad un altro in maniera più tradizionale; qualcuno che si occupa di editoria per le scuole primarie, che decide di andare nelle secondarie, dalla narrativa alla saggistica, dai libri alla televisione, forse dalla televisione al mondo politico, od alle squadre di calcio. Può darsi che il modello di business che ha in mente, sul quale ha costruito la propria esperienza, sia sufficiente per affrontare iniziative. Purtroppo, la visione che abbiamo noi del fenomeno non è così positiva. Mantenendo la metafora acquatica, per le esperienze che abbiamo noi nel fenomeno in atto, rappresentiamo piuttosto una barca, o una nave di medie dimensioni, in un fiume in piena. Overrosia uno parte, magari spinto dagli eventi, e non sa bene dove arriverà, non sa bene quali siano le regole del gioco. Spera e pensa che, prima o poi, ci sarà un momento di calma. E questo momento di calma potrebbe essere anche un'alluvione. In sostanza, sono molte le analogie che ci fanno pensare ad un fenomeno molto turbolento.

Ora, il grosso problema è che questo fenomeno in atto, che è una vera e propria rivoluzione (e come tutte le rivoluzioni, si capirà molto meglio una volta che è passata), sta sovvertendo l'ordine cronologico in cui l'editore tradizionale, analizzando le evoluzioni del settore, individua nuove opportunità e concepisce un modello di business e cerca strumenti tecnologici che gli permettano di implementarlo. È successo con la stampa, è successo con la televisione, è successo con tutti i media fino ad oggi. Infine, attende una legislazione che gli metta delle regole, dopo che il fenomeno si è implementato con calma.

Ora tutto questo, nel caso di Internet, sta avvenendo in maniera molto più caotica. È naturale che la legge venga per ultima, perché deve consolidare, e mettere a posto le regole del gioco, dopo che i pionieri hanno fatto le prime cose per i più piccoli e per quelli che vengono dopo.

Il vero problema è che i modelli di business ed i modelli tecnologici sono sempre fortemente coesi e correlati, ma in questo momento la tecnologia si sta sviluppando molto più velocemente e molto prima dei modelli di business che permettono di rispettare le attività di tutte le realtà coinvolte.

Come diceva prima Valentini, l'I.S.P. è forse una delle vie di uscita. Nel senso che, invece di fare solo gli editori, nel futuro, bisognerà fare i *broker* informativi. Ovverosia lasciare che chi produce i contenuti li possa produrre, senza la mediazione dall'editore.

Ora la tecnologia è già lì: nel senso che, per fare queste cose, grazie all'esperienza che abbiamo, è possibile utilizzare il fenomeno del Web semantico, come oggi si sta delineando. Si tratta di agenti software che trovano le informazioni in maniera molto più efficiente ed efficace di quello che oggi possono fare i motori di ricerca. Data descrittivi e di etichettatura dei dati, e dove per etichettatura intendo non solo la descrizione semantica di cosa c'è dentro l'informazione, ma tutta una serie di appendici su quanto lo puoi usare, quanto lo puoi riusare, come lo puoi impacchettare. La fotografia in un libro non è più un oggetto del quale basta fare un *print screen* o una catturazione per rimetterlo in un CD-ROM, cosa che tutti noi abbiamo per lo meno vissuto, se non fatto, nel recente passato.

Nell'immediato futuro, ma già adesso tecnicamente possibile, tutti gli oggetti di un'opera multimediale sono tabellizzabili, e quindi processabili, dal punto di vista del copyright. Quindi non è un problema tecnologico. Internet, coi suoi vincoli trasmissivi, ha riportato in maniera abbastanza primordiale l'interattività. Così nell'*e-book*, attraverso il sistema di protezione del copyright, il contenuto poi è tornato ad essere N volte simile al libro. E ciò proprio per prevenire il rischio di "napsterizzazione" che ha colto impreparato il mercato musicale. Quindi tecnologicamente non c'è nessun problema.

Legislativamente però molti problemi rimangono aperti. Uno di questi è la gestione dell'*off board*. Infatti, oggi io posso comprare un sito alle Bahamas e contravvenire al cento per cento tutto quello che abbiamo discusso fino a adesso. A livello legislativo, neanche nei paesi più attivi in questo momento si è riusciti a fare qualcosa per prevenire questo.

Un altro tema aperto è quello dei ruoli professionali, che venivano citati prima. Ovviamente ci si riferiva alla professione giornalistica, che giustamente vuole preservare il valore aggiunto da quest'evoluzione. Ma cosa capita alle nuove figure professionali, al ragazzo che oggi si mette a fare

pagine Web? Potrebbe essere un giornalista del domani, potrebbe essere un direttore editoriale?

Sono tutte cose che la legge non prevede e non tutela anche da un punto di vista della forza lavoro. Questa non è una critica; è ovvio che un primo passo è stato fatto nella giusta direzione, ma ne dovranno seguire degli altri.

L'ultimo è quello del *free lancing*. Il *Capital Venture* in Italia non esiste. Così un giovane che voglia fare nuova editoria, non trova strumenti finanziari rapidi e veloci a livello bancario per implementare questa cosa con la stessa dimensione e velocità della realtà americana.

Ma il vero e unico e principale problema di tutti noi editori tradizionali, editori nuovi, consentitemi il termine, o comunque I.S.P. (che forse è qualcosa di più criptico), è un modello di business: cioè oggi non possiamo fare editoria con questi mezzi, nella stessa identica maniera con la quale si faceva in passato. Bisogna inventare altre figure: il *broker*, che è un termine forse abusato e negativo visto in una certa accezione, è la soluzione primaria, ma ne seguiranno molte altre.

Quello che bisogna fare è attrezzarsi, come dicevo nella metafora del guado, ma ancora più della rapida corrente in evoluzione del fiume in piena, è attrezzarsi con un po' di esperienza. Ma l'esperienza non si inventa. Nel senso che in fenomeni calmi, con un lasso temporale diluito, basta l'esperienza propria di un editore, ma nel caso di un fenomeno in rapida evoluzione, l'esperienza si crea unicamente abbinando risorse. Quindi, l'editore tradizionale deve abbinarsi con società dipendenti, o *know-how* di tipo informatico, e proprio il mix di queste esperienze può creare nuovi modelli di business.

LUIGI MANZELLA

Autorità per le Garanzie nella Comunicazione

Il campo è vasto, come abbiamo visto. Intervengo in un momento in cui si è detto quasi tutto. Inizialmente ho avuto l'impressione che i due aspetti del convegno, e cioè da una parte le opportunità dell'editoria on line e dall'altra i suoi profili normativi, fossero un po' scollegati tra di loro negli interventi. Da una parte le opportunità ed i problemi per gli editori, per i giornalisti etc., dall'altra altri interventi come l'introduzione del Presidente Teroni, o l'intervento del Prof. Bianchi, più tarati sulla normativa. Poi via via, ho cambiato idea, nel senso che molte di quelle problematiche giuridiche che ci troviamo ad affrontare, ovviamente, trovano riscontro concreto nella realtà professionale e industriale.

E quindi senz'altro le conclusioni o alcune considerazioni sono comuni ed in certi interventi, per esempio di Valentini e di Bartoli, ho ritrovato certe questioni che sono state fondamentali nell'esperienza di lavoro presso l'Autorità.

La mia esperienza è quella di responsabile di un progetto di studio sul Registro degli Operatori di Comunicazione. Il Registro degli Operatori di Comunicazione, come ha ben spiegato Bianchi, ha fondamento nella legge 249 del '97, che è la legge che istituisce l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. L'Autorità è l'autorità della convergenza multimediale: cioè, da una parte assorbe quelle che erano le funzioni del Garante per la radiodiffusione e l'editoria, quindi nei settori tradizionali della stampa, della radio e della televisione e dall'altra, a seguito di una legge del '95, assorbe anche l'intero settore delle telecomunicazioni.

Da quest'unione nasce l'Autorità per le Garanzie nella Comunicazione. Nasce nel '97 e, tra i vari compiti che la legge attribuisce ad essa, c'è quello di redigere un regolamento per gli operatori di comunicazione. Questo regolamento del nuovo Registro è, da una parte, la delegificazione della normativa sul Registro Nazionale della Stampa e del Registro Nazionale per le Imprese Radiotelevisive, dall'altra, un allargamento della platea degli operatori delle comunicazioni. Ai soggetti tradizionali che già erano presenti nei due Registri (imprese radiotelevisive, editori di giornali e periodici, concessionarie di pubblicità, agenzie di stampa, etc.), somma nuovi soggetti, come le imprese fornitrici di servizi telematici, di telecomunicazioni e le imprese fornitrici di servizi di editoria elettronica e digitale.

Già dal '97, in attesa della nuova legge sul prodotto editoriale l'Autorità ha cominciato ad affrontare l'enorme quantità di questioni e di regolamentazioni e ha iniziato a redigere il regolamento per gli operatori di comunicazione. E se per quanto riguarda gli operatori tradizionali, stampa, editoria, televisione, pubblicità etc., aveva dei parametri di identificazione, per l'esistenza dei precedenti registri, quando si è trattato invece di comprendere che cosa la legge intendesse per editoria elettronica e digitale, ci si è posti il problema di quale fosse la differenza rispetto all'editoria tradizionale. Chi è l'editore? si chiedeva Valentini: qualsiasi soggetto che trasmette in rete qualsiasi cosa? Oppure l'editore, per avere un parametro, si definisce anche riguardo ai contenuti? Se nel settore tradizionale riteniamo editore colui che stampa i libri, e stampa i giornali, allora dobbiamo ritenere, per analogia, editore colui che stampa libri e giornali su supporto digitale. Ma poiché la precedente normativa sulla stampa sostanzialmente riguardava solo gli editori di giornali e di periodici, è giusto ricomprendere anche gli editori di libri?

In realtà, noi non dovevamo dare una definizione di editore elettronico, come ha fatto opportunamente la legge, noi dovevamo definirlo ai fini del provvedimento. Abbiamo perciò analizzato le finalità del Registro degli Operatori della Comunicazione per poter successivamente circoscrivere gli editori. Dopo una serie di incontri con tutte le associazioni di categoria della convergenza, quindi sia della stampa, sia delle televisioni, sia dei servizi telematici si sono evidenziate due ipotesi fondamentali, una delle quali mi convince particolarmente. La prima delimitazione è l'assimilazione dell'editoria elettronica al prodotto editoriale cartaceo, perché così lo definisce la legge. Una seconda ulteriore delimitazione era legata al fatto se per editoria elettronica si debba intendere qualsiasi prodotto che ha la qualità dell'edizione, o se debba invece essere inteso il prodotto che ha la qualità dell'edizione, con le caratteristiche dell'informazione e quindi associandola sostanzialmente agli editori di giornali quotidiani e periodici.

Questa seconda ipotesi è quella che mi vede più favorevole.

Altri invece ritengono che debba essere censito l'intero universo.

Ora, le finalità del Registro sono essenzialmente di tre tipi: di anagrafe dei soggetti, e questo riguarda le informazioni minime, cioè chi sono, come operano, dove operano, quali sono i soggetti dell'impresa e così via; una seconda funzione, che deriva dal Registro Nazionale della Stampa e delle Imprese Radiotelevisive, è invece quella di trasparenza degli assetti. Come sapete, il regime di trasparenza degli assetti nei settori tradizionali della stampa e della radiotelevisione era strumentale alla tutela ed alla garanzia

del pluralismo. Quindi, gli editori elettronici potrebbero essere intesi nel Regolamento come coloro che sono identificati da una testata giornalistica, così come è specificato, mi sembra, nel terzo comma dell'art. 1 della nuova legge; quindi limitando unicamente a loro l'iscrizione al Registro.

Tutto questo perché uno dei compiti fondamentali della Autorità, è, a mio modo di vedere, quello di distinguere l'informazione in senso ampio, generico, dalla informazione che presuppone una professionalità, una identificazione precisa del marchio, quindi della testata, presupponendo una responsabilità precisa. Come mia personale opinione, e posto che la nuova legge faciliti da un certo punto di vista questo ragionamento, ritengo che il prodotto editoriale sul supporto digitale debba essere registrato. Che il prodotto editoriale on line, nell'eccezione di prodotto editoriale di informazione on line, debba registrare la testata ai Tribunali. Ma c'è un problema, in parte evidenziato già da Bianchi. Infatti, l'art. 16 della legge prevede che i soggetti iscritti al Registro degli Operatori di Comunicazione, cioè gli editori di informazione, sarebbero esentati dagli obblighi di cui all'art.5 della registrazione al Tribunale della testata.

La registrazione al Tribunale è sempre stata una registrazione che serve proprio alla individuazione della responsabilità - e forse per questo aveva sede nei Tribunali- ed ai fini di tutela del singolo, quindi rispetto a questioni come diffamazione, rettifica, tutela dei minori, pornografia, insomma per tutte queste funzioni di garanzia. Il Tribunale deteneva questo tipo di informazioni. Ora la norma non è chiara. Non si capisce infatti, dal momento in cui si è esentati dagli obblighi, se questi obblighi vengano meno del tutto, o, viceversa, se questi obblighi debbano essere assunti presso l'Autorità.

Quindi per superare questo *impasse* occorre un'interpretazione univoca che non dia adito ad ambiguità. E penso che ci sarà in questo senso un'iniziativa dell'Autorità verso il Dipartimento dell'Editoria ed il Ministero di Grazia e Giustizia.

Intervento

GIOVANNI VALENTINI

Vorrei rivolgere al sottosegretario Chiti una domanda in ordine alla nuova legge sull'editoria, che personalmente ho molto apprezzato perché va nella direzione di risolvere dei dubbi e sciogliere molti nodi. Però c'è un punto che mi lascia perplesso, forse perché non sono riuscito a capire bene il significato della norma: là dove si dice che "al prodotto editoriale, precedentemente definito, si applicano le disposizioni della legge del 1948", che è quella sulla stampa. Ed il prodotto editoriale si definisce: "diffuso al pubblico, con periodicità regolare e contraddistinto da una testata, costituente elemento identificativo del prodotto, e sottoposto altresì agli obblighi della legge medesima".

Vorrei richiamare l'attenzione, e sicuramente non sarà sfuggito né al Governo né al sottosegretario Chiti, su un punto. In Italia, la maggior parte di coloro che fanno editoria elettronica quotidiana, e cito i tre operatori maggiori, cioè Virgilio, Iol, e lo stesso Tiscali (che fanno, se non mi ricordo male, circa il 70% di tutto il traffico), in realtà non hanno testate registrate. Cioè non esiste quell'elemento identificativo del prodotto di cui parlavamo prima, eppure fanno, continuano e continueranno a fare informazione. Ma

il problema di eventuali querele, del diritto di rettifica, della tutela dei minori, delle responsabilità penali e dei danni civili. esiste ugualmente anche per loro.

Quindi, da questo punto di vista, limitare la definizione di prodotto editoriale solo a quelli che hanno una testata individuata, indicata come elemento costituente identificativo del prodotto, secondo me, comporta il rischio che chi non ha questa testata continui a fare i fatti suoi comodamente e magari chi ce l'ha, può avere anche la tentazione di dimetterla. Questo è un punto che meriterebbe una certa riflessione.

VANNINO CHITI

*Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio
con delega all'editoria*

Il Presidente del Co.Re.Rat., Teroni, negli ultimi tempi ci ha dato alcune occasioni importanti e stimolanti di confronto sui temi di modificazione del sistema della comunicazione: l'informazione radio televisiva nel quadro delle politiche comunitarie, ad esempio, ed oggi il tema dell'editoria elettronica.

Vorrei partire da alcune considerazioni generali su questo settore, per poi soffermarmi sulla nuova legge sull'editoria che è stata al centro anche di questo confronto.

Siamo di fronte a un settore, quello dell'editoria elettronica, che ha grandi potenzialità di sviluppo, e già oggi è una realtà significativa. Ho visto di recente una ricerca che è stata fatta negli Stati Uniti, dove si dice che fino al 2005, le previsioni di sviluppo di questo segmento indicano che ogni 6 dollari che si spenderanno per l'editoria, uno/uno e mezzo andranno a questo tipo di prodotto, ovvero intorno al 17% del totale (dal 2001 al 2005). Naturalmente in Europa ed in Italia le previsioni sono più modeste, anche se comunque significative.

Vengo alla situazione legislativa e normativa di sostegno, nel nostro paese, che può intervenire positivamente, anche se non può risolvere tutti i problemi, che anche qui sono stati sollevati, come quello del mercato pubblicitario, posto da Valentini.

La legge di riforma dell'editoria (ovvero della legge 416 del 1980), che ha riscontrato una convergenza non usuale di tutte le forze parlamentari, nasceva dall'esigenza di adeguare la normativa rispetto alle novità che sono intervenute nel campo del prodotto editoriale, che la legge del 1980 non poteva considerare, ovvero proprio il prodotto multimediale e l'editoria on line.

È bene dire però che questa non è una legge sui principi, sul principio della libertà di informazione, della libertà di espressione, perché questi sono punti fondamentali, sanciti nella Costituzione e presenti anche nella Carta Europea.

Questa è una legge che dice che cosa fa lo Stato e a quali condizioni interviene nei confronti del prodotto editoriale, per sostenerlo, per aiutare a modernizzarlo. Poi tratta una seconda parte, che riguarda l'esistenza del settore no profit, sulla quale il Prof. Bianchi ha giustamente insistito.

Una terza questione era stata risolta alla radice, quella del sostegno all'editoria dei movimenti politici, che questa legge ha collocato in un'altra dimensione, essendo più propriamente inseribile in una normativa di sostegno alle forze politiche, prevista dalla Costituzione.

La legge definisce il prodotto editoriale nei termini che dice l'art. 1, e che qui è stato richiamato dall'Avv. Mazzella, come quelli su cui si interviene con determinati strumenti. Gli strumenti sono strumenti significativi perché sono strumenti nuovi e rapidi: si interviene su progetti, si interviene con strumenti che sono strumenti molto rapidi, quello del Credito D'Imposta del 3% fino alla fine del 2004, quello del fondo agevolato, nel fondo di Credito Agevolato, c'è anche un meccanismo di automaticità, cioè fino ad interventi di un miliardo per chi ne ha i requisiti, c'è un'erogazione automatica, quindi ci sono una serie di misure che io credo siano importanti, anche in linea con le normative europee, interventi su progetti, interventi estremamente rapidi.

È sorta una discussione su un punto, che è stato introdotto sia dal Prof. Bianchi e poi ripreso dall'Avv. Mazzella, relativo agli obblighi di registrazione al Tribunale o al Registro degli Operatori della Comunicazione. Secondo me, la norma è anche chiara. Questo art.16 non è un articolo di disposizione, è un articolo di semplificazione, come recita il titolo. Ed è stato richiesto dal nucleo di valutazione per la semplificazione legislativa del Governo e del Parlamento. In sostanza, banalizzando, si è detto: "Non fate fare due file quando non è necessario". Chi si iscrive al ROC, viene equiparato, per le tutele, le garanzie e gli obblighi, agli altri che si iscrivono al Tribunale. Il Parlamento ha cercato di limitare i casi in cui ci si debba comunque iscrivere a tutti e due, ma, in ogni caso, chi si iscrive al ROC non è esentato dalle tutele o dagli obblighi, è esentato dal risciversi al Tribunale.

Chiarito ciò, il problema è che ora si proceda rapidamente a fare il Regolamento, e a dare vita a questo Registro, perché altrimenti si potrebbe creare un problema serio di blocco. Infatti, ci sono già delle difficoltà sull'erogazione delle risorse, perché manca il Regolamento e l'iscrizione al Registro.

Altro tema. Quando si discute di questo argomento, occorre avere presente anche la direttiva comunitaria sul commercio elettronico, e quella sulla tutela del diritto d'autore, che lo stesso Parlamento Europeo ha varato in questi giorni, come richiamati nella stessa introduzione della mattinata e nell'introduzione alla tavola rotonda. Penso proprio che il Presidente del Consiglio emanerà la prossima settimana la legge di recepimento della direttiva sul diritto d'autore, che è stata già predisposta. Il regolamento attuativo è stato frutto di una discussione complessa con i vari soggetti. Una delle difficoltà che ci siamo trovati a dover affrontare è che non tutti i paesi hanno gli stessi meccanismi per sancire appunto la legalità della riproduzione. Per esempio noi abbiamo il bollino della SIAE mentre altri paesi hanno altri sistemi. In secondo luogo, abbiamo individuato quelli che non sono obbligati a porre il bollino, perché usano meno del 50% di immagini, di musica, di film, etc. Altri poi non possono utilizzarlo, perché fanno un prodotto elettronico, ed è difficile che tutte le volte possano metterci il bollino proprio per impossibilità materiali: in quei casi ci sono i meccanismi dell'autocertificazione, ricorrendo a procedure ormai consolidate nella vita della Pubblica Amministrazione.

Per fare una considerazione generale, noi non abbiamo fatto leggi, né quella sull'editoria né quella sul diritto d'autore, che stabilissero regole per Internet.

Io sono convinto che la presenza su Internet abbia bisogno di alcune regole, ma sono altrettanto convinto che queste regole non le può mettere un paese solo, non fosse altro, appunto, perché sarebbero facilmente eludibili. Dunque da una parte è necessario un raccordo a livello di Unione Europea,

che si sta costruendo; dall'altro, vi è la necessità di un confronto e di un accordo a livello internazionale, in primo luogo ovviamente con gli Stati Uniti, a livello di organizzazione mondiale del commercio.

Per quanto si riferisce agli Stati Uniti, c'è un interessante dibattito che sta andando avanti. Come spesso avviene negli Stati Uniti rispetto alle innovazioni, che in questo paese nascono e si sviluppano per prime, si è registrata una fase in cui c'è stato un via libera a tutto, senza regole, alla quale è seguito un dibattito sul problema delle regole e di fermezza di regole.

Tra l'altro io sono convinto che queste due leggi, quella sul diritto d'autore e quella sull'editoria, che pongono regole e controlli come condizioni di accesso a contributi per la modernizzazione di un settore che nel nostro paese ha bisogno di irrobustirsi, oltre che andare nell'interesse del cittadino utente, del cittadino consumatore, vadano anche nell'interesse degli operatori. Perché a volte non sono soltanto i soldi che si danno, ma sono anche le regole che si mettono che consentono l'irrobustirsi di soggetti che operano sul mercato. Da questo punto di vista, anch'io sono rimasto stupefatto di questo ordine del giorno approvato dal Consiglio Regionale della Toscana. Perché non mi pare che questo sia il modo per tutelare il volontariato e l'associazionismo. Perché, se il volontariato e l'associazionismo svolgono un'attività editoriale, svolgono, con proprie testate, attività di comunicazione, di informazione, sono tenuti agli obblighi di iscrizione e delle regole di professionalità, a garanzia dei cittadini utenti dei loro servizi informativi.

Interessante infine, è quello che ha posto Valentini. Non bastano le norme ed i controlli, pure necessarie, perché si sviluppi l'editoria on line. Perché si sviluppi questo campo, occorre che ci siano condizioni di mercato, ed in primo luogo che siano accessibili le risorse pubblicitarie. Problema particolarmente serio per quanto riguarda i giornali, o i siti Web su Internet.

Come ho già denunciato altre volte, il fatto che ci sia un duopolio Rai-Mediaset, oltre a creare dei problemi rispetto al pluralismo televisivo e radiotelevisivo, produce un blocco rispetto al mercato pubblicitario. Basta vedere le percentuali, quelle che diceva Valentini, per capire la dimensione del problema. Fino ad oggi si è avvertito sulla carta stampata e sulle radio e sulle televisioni locali, ma oggi si comincia ad avvertire anche sull'editoria on line.

E questo è un punto sicuro, ed io credo che sia il problema più importante. Si tratta di capire come evitare che la pubblicità sia un mercato a direzione forzata.

Un'ultima parola sulla professione dei giornalisti, che giustamente sono state richiamate, e sul contratto.

Parte Terza
La ricerca

Introduzione

L'editoria on line. Dimensioni, caratteristiche, tendenze

Obiettivi del rapporto e metodologia usata nella ricerca

L'obiettivo era quello di fornire un quadro complessivo del fenomeno "Editoria on line", con un'attenzione di riguardo agli sviluppi nazionali e della nostra regione. La Toscana è stata scelta per il monitoraggio di alcuni aspetti significativi, quali la comunicazione pubblica e la cronaca locale on line offerta dai quotidiani a maggior diffusione regionale. La nostra regione è stata inoltre fatta oggetto di due indagini distinte realizzate con metodologie diverse da gruppi diversi. I risultati sono contenuti nel rapporto sui siti degli EELL toscani e nella relazione di Camilla Buonomini. Non si è potuto prescindere da qualche *excursus* a livello mondiale, in genere su alcuni aspetti della *new economy* e dello spazio globale per gli evidenti condizionamenti a livello nazionale e locale. La dimensione "planetaria" è stato un punto di riferimento obbligato quando si è affrontato il settore strategico della ricerca scientifica (seppur limitatamente agli aspetti editoriali), che ha sempre avuto, storicamente, una dimensione internazionale e che oggi assume, anche per effetto del Web, una dimensione globale.

La documentazione è stata curata sulla base di un esame effettuato da un gruppo di lavoro *ad hoc* costituito dall'associazione, composto da competenze e professionalità diverse ma attinenti tutte al comparto della comunicazione via rete.

Nel *mare magnum* delle dinamiche economiche indotte dalla *new economy*, degli attori i cui ruoli stanno cambiando, delle professionalità emergenti, delle politiche e delle culture che si alimentano grazie alle opportunità create dal globalismo, abbiamo cercato di individuare le questioni essenziali, strategiche, in modo da realizzare un punto di partenza di un'attività di monitoraggio e di riflessione pubblica su di un fenomeno certamente destinato ad assumere un peso sempre maggiore nella nostra società. Un punto di partenza non solo perché il fenomeno è solo agli inizi ed è difficile prevederne i futuri percorsi, ma anche nella consapevolezza dei limiti di questo lavoro, che richiederebbe azioni e risorse ben maggiori di quelle a nostra disposizione. All'interno di un impianto di concettualizzazione delle problematiche, vengono mostrati i risultati delle osservazioni effettuate su alcuni aspetti.

Molti sono i limiti di questo lavoro. Il principale di questi è costituito dalla natura dell'universo soggetto all'osservazione, che è risultato, alla prova dei fatti, molto più complesso e variegato di quanto il buon senso, la letteratura e l'esperienza individuale non ci avessero, inizialmente, fatto percepire. In primo luogo non esiste un'anagrafe completa degli editori e delle edizioni on line, il concetto stesso di editoria on line è vago e sfuggente e comprende forme di espressione nuove e diverse, e comunque trattasi di un fenomeno giovane in forte evoluzione. In particolare abbiamo trovato grossi ostacoli a definire in termini statistici, quantitativi, il fenomeno. Un primo *screening*, basato sull'uso condiviso da tutto il gruppo di una semplice griglia di osservazione dei siti

presenti, in grado di scomporre gli elementi salienti quali: tipologia dei servizi offerti, modalità di erogazione dei medesimi, qualità e natura delle informazioni trattate, tempi di aggiornamento, *mission* istituzionale, *business core*, è stato così avaro di risultati che ha consigliato di relegare come secondaria questa classica metodologia comune a tutte le osservazioni scientifiche. In ciò abbiamo trovato conforto dal fatto che indagini precedenti alla nostra hanno trovato le medesime difficoltà¹. Si è puntato pertanto ad effettuare una ricerca basata sulla verifica ed il confronto tra analisi della letteratura e dei rapporti amministrativi, con l'osservazione diretta di un gruppo di siti selezionato, non sulla base di un rigoroso campionamento statistico, ma sulla casualità e l'estro degli osservatori, in modo non formalizzato e basato più sulla percezione soggettiva degli elementi qualitativi che sulla rigorosa estrapolazione dei dati.

All'osservazione diretta dei siti si è aggiunta una ricerca sulla letteratura disponibile su questo argomento, sia tradizionale sia on line. Un altro luogo di osservazione, che si è dimostrato ricco di spunti, di umori e di riflessioni, è costituito da alcuni Forum e da alcune liste di discussione di gruppi con interessi professionali sul tema. In conclusione riteniamo, pur essendo le osservazioni effettuate più il frutto della sensibilità ed esperienza dei singoli ricercatori che di una metodologia d'indagine rigorosamente statistica, la ricerca rispecchi abbastanza fedelmente la realtà.

Un ulteriore limite del lavoro è costituito dalla selezione dei temi affrontati. Nell'impossibilità di realizzare un'indagine completa, abbiamo limitato il campo d'indagine ai seguenti aspetti trasversali:

- Caratteristiche del mercato dell'editoria elettronica
- Qualità informazionale e *target* di utenza
- Culture e politiche comunicazionali a confronto
- Usi contrapposti delle soluzioni tecnologiche

Nello specifico dell'universo osservato, le maggiori attenzioni sono state indirizzate ai seguenti settori:

- Editori tradizionali in rete
- I quotidiani on line: i quotidiani in Toscana e le cronache locali
- La comunicazione pubblica in Toscana
- I periodici elettronici a carattere scientifico e le politiche universitarie
- Editori on line non professionali, dall'associazionismo al professionismo

Definizioni, classificazioni e qualche problema di tipo concettuale

L'editoria on line fa parte della più ampia categoria dell'editoria digitale ma da questa si differenzia per una serie significativa di elementi distintivi. Riportando la definizione del Garante per le comunicazioni²: "Per editoria elettronica si intendono tutti i prodotti medialti non a stampa, pubblicati in formato digitale e indirizzati ad un pubblico identificabile, che presentano tre componenti strutturali: a) multimedialità; ipertestualità; interattività". Nella citata relazione del Garante troviamo la distinzione tra editoria *on line* ed editoria *off line*: "La pubblicazione può essere diffusa e resa

¹ Vedi successivo paragrafo "L'editoria on line: alcune considerazioni" che riporta i risultati di un'indagine effettuata dall'Osservatorio del Centro di Documentazione Giornalistica ed apparso su *Netnews*, Anno I numero 1, supplemento ad *Agenda del Giornalismo*, giugno 2000, pp. 8 e 9.

² Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro. Presentazione del Presidente dell'Autorità, Roma 13 luglio 2000.

accessibile on line, oppure mediante supporti off line (Cd-rom, Dvd, console di gioco)". Nella recente legge sull'editoria³ l'articolo 1 recita: "Per «prodotto editoriale», ai fini della presente legge, si intende il prodotto realizzato su supporto cartaceo, ivi compreso il libro, o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici".

Una prima osservazione va fatta sulla distinzione tra prodotto elettronico o digitale in linea e fuori linea. Independentemente dalla tecnologia digitale usata, che può essere comune ad entrambe le categorie, la differenza principale consiste nelle modalità di accesso, da un lato, e dalla virtualità dell'uno contro la materialità dell'altro mezzo. Quest'ultima osservazione comporta implicazioni ben più ampie di quanto possa apparire ad una prima osservazione. Il primo gruppo di problematiche è legato a concetto stesso di *copyright*, che può applicarsi con le modalità tradizionali e senza particolari problemi ad oggetti reali e manipolabili come i Cd-rom e gli altri supporti che non presentano differenze sostanziali rispetto ad altri oggetti tradizionali che, come il libro, si accompagnano a concetti ampiamente esplorati quali edizione e simili⁴. Nel virtuale l'immaterialità si presta a concetti più sfumati come diritto d'autore riferito ad un'opera dell'ingegno. Il concetto di opera dell'ingegno rimanda a sua volta a principi più ampi e meno "mercantili" quali patrimonio culturale, diritti dell'umanità etc. Il tema è molto caldo in questi giorni ed è sufficiente, in questa sede, richiamare i principi espressi da organismi internazionali come l'ONU e l'Unesco. La multimedialità comporta spesso la scomposizione dell'oggetto in più opere dell'ingegno, realizzate da una molteplicità di soggetti (grafico, ideatore dell'ipertesto, autore dei contenuti,...)⁵. Alcuni autori sono arrivati a considerare che: "Pubblicare Cd-rom non è editoria elettronica, è pubblicare plastica"⁶. Questi concetti non sono affatto accademici, ma diventano importanti per comprendere le nuove dinamiche suscitate dal passaggio dall'editoria tradizionale a quella on line. Uno dei punti critici è costituito, senza dubbio, dall'oggettivo contrasto tra interessi degli editori, garantiti dalla normativa sul *copyright*, ed interessi degli autori, tutelati dalle norme in materia di tutela del diritto d'autore sulle opere dell'ingegno. La società dell'informazione, con le opportunità che offre a vecchi e nuovi attori, crea nuove situazioni e nuovi problemi.

In questo scenario di interessi contrapposti (editore *versus* autore, pubblico *versus* editore e autore, gestore delle comunicazioni *versus* proprietario dei diritti sui contenuti), assume un particolare rilievo la vicenda dei lavoratori dell'informazione e della conoscenza, che rappresentano un ulte-

³ Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416.

⁴ Vedi per tutti: Alberto Petrucciani, *Funzione e struttura del catalogo per autore*. Firenze, Giunta regionale: La Nuova Italia, 1984.

⁵ Vedi le osservazioni al riguardo di Roberto Barzanti, *L'esperienza europea: nuove vie della normazione, in L'autore nella rete: creatività e proprietà intellettuale nell'editoria multimediale*, a cura di Mauro Masi. Milano, Guerini e associati, 2000.

⁶ La citazione è attribuita a Theodor Holm Nelson, teorizzatore dell'utopico ipertesto globale chiamato Xanadu e viene riportata in un recente saggio di Riccardo Ridi, consultabile via Web al sito <...http://burioni.it/forum> *Gli incerti confini dell'editoria digitale*, in corso di pubblicazione a stampa, in "La fabbrica del libro. Bollettino di storia dell'editoria in Italia" dello stesso autore.

riore attore. La legge 2001/62 pone una grande attenzione a questo aspetto. Si prevedono provvidenze chiaramente finalizzate ad affrontare un fenomeno apparentemente paradossale che è quello della riduzione degli organici dei professionisti della comunicazione (in primo luogo i giornalisti), in un momento di forte espansione del settore. La ristrutturazione tecnologica sta giocando un brutto scherzo al riguardo, molti giornali non vengono più creati, ma assemblati. Poche agenzie specialistiche forniscono i dati su cui impiantare imprese informative uguali nei contenuti, diverse nei messaggi nel logo e nelle politiche. Diminuiscono gli organici e il numero dei contratti delle fasce alte connesse al mestiere del giornalista che vengono progressivamente sostituiti con figure contrattualmente più deboli come *Webmaster*, *Content designer*, *Content manager* etc. che fanno i lavori che facevano i giornalisti ma vengono pagati meno.

La legge 2001/61 mette a disposizione risorse finanziarie sia per la ristrutturazione tecnologica, per la rilevazione di imprese da parte di cooperative di giornalisti etc.

Il fenomeno offre forme molteplici di espressione: alcune di queste ripropongono in versione elettronica esperienze collaudate del cartaceo (*e-book*, riviste elettroniche, etc.) mentre altre sono del tutto nuove e non hanno il corrispondente diretto nel cartaceo.

Sono stati individuati diversi tipi di “ubblicazioni elettroniche”: *e-book*, periodici elettronici, banche dati, ma anche forum, emittenti televisive e radio che usano esclusivamente Internet, *e-journal*, contenitori vari realizzati con *ratio* più o meno coerenti, etc.

Per quanto attiene il *materiale* si trova praticamente di tutto: dai giochi al *software* (*freeware*, *shareware*, *trial*, *open source*), dalle tesi di laurea alle *home page* personali, dai classici distribuiti gratuitamente in versione più o meno aperta agli *e-book* superblindati o cripto-blindati, dalle leggi e norme ad accesso gratuito alle medesime ad accesso a pagamento, cataloghi, guide, mappe, orari, etc.

Ai tradizionali editori si sono aggiunti, sul piano della produzione, “nuovi attori” che coprono un vastissimo arco che comprende: aziende private, istituzioni pubbliche, singoli individui, associazioni no profit, scuole ed università, “aggregatori” di riviste, etc.

L'affollamento di vecchi e nuovi attori sul Web cambia radicalmente i termini di tutte le questioni connesse alla produzione e distribuzione dei contenuti, che spesso cessano di essere l'oggetto delle transazioni commerciali⁷ per cedere questa funzione alla struttura dei servizi. Troviamo così nello stesso ambiente Web le strategie dei *content provider* contrapposte a quelle degli *Internet service provider*. Anche gli editori tradizionali dispongono di nuove tecnologie (strumentazione per la realizzazione del *print on demand*) che permettono il perpetuarsi di una funzione storica dopo la scoperta di Gutenberg (il controllo del ciclo di produzione del prodotto editoriale) senza dover affrontare gli alti costi della riproduzione, del magazzino etc.)⁸.

⁷ Jeremy Rifkin, *L'era dell'accesso*. Mondadori, 2000.

⁸ In letteratura questi fenomeni trovano una ottima esposizione in un recentissimo libro edito dalla Editrice Bibliografica, nella collana “*I mestieri del libro*”, di Brunella Longo, *La nuova editoria*. Editrice Bibliografica, 2001. Vedi al riguardo l'intervista all'autrice nel sito di Alice.it “*Quali direzioni sta prendendo la nuova editoria? In un saggio la risposta*”.

Tassonomia dei produttori in relazione ai contenuti informativi

Analizzando i contenuti dei prodotti dell'editoria on line vengono individuate tre principali tipi di agenzia:

- *Agenzie di tipo giornalistico.* È il primo gruppo per "invasione" della rete, orientate alla informazione generalista, anche se questa viene suddivisa in nicchie per interessi dell'utenza, puntano alla tempestività delle notizie (*new*). Offrono come valore aggiunto l'accesso agli archivi. Con le *news* in tempo reale siamo di fronte ad un uso caldo del medium Internet. Questo settore è il più sensibile al fenomeno della convergenza già individuato a livello macro nella relazione del Garante. In genere questo tipo di agenzie, anche quelle commerciali, forniscono i loro servizi a titolo gratuito: l'on line fa parte del marketing di altri prodotti, in genere la diffusione del cartaceo, che, assieme alla pubblicità, costituisce il vero *core business* dell'impresa. I quotidiani italiani on line sono passati direttamente all'offerta gratuita, certo sulla base dell'esperienza effettuata precedentemente dai quotidiani negli USA⁹. Seppur giovane, e non priva di ostacoli e contraddizioni, la tendenza verso il Portale da parte dei quotidiani italiani appare incontrovertibile¹⁰.

- *Agenzie di divulgazione e di servizi.* Del tutto diverso il caso delle agenzie che trattano contenuti con finalità esplicative e di divulgazione. Questa categoria annovera le agenzie che forniscono informazioni relative all'evoluzione della normativa, della tecnologia, del mercato ed annoverano tra i propri utenti professionisti, operatori pubblici, studenti ed in genere tutti coloro che hanno necessità di acquisire una documentazione di base su di un determinato problema, in genere a fini pratici ed operativi. La tempestività non è il primo elemento caratterizzante. Affiancano spesso all'on line, servizi *a latere*, come la formazione, la fornitura di materiale didattico, formazione a distanza (FAD), ed in genere un trattamento del materiale tale da facilitarne la fruibilità anche a non specialisti: tutto ciò rappresenta spesso il vero *core business* dell'azienda. Il rapporto tradizione e innovazione (cartaceo *versus* on line) diventa un naturale completamento, non sostitutivo ma potenziativo delle funzionalità informative. Questo settore affianca ad una politica basata sulla gratuità dei servizi on line, anche una politica basata sulla loro commercializzazione: tali servizi affiancano in genere quelli esistenti su carta (vedi il caso delle banche dati de *Il Sole 24 Ore*).

- *Agenzie di diffusione di conoscenza, innovazione, ricerca.* È il solo gruppo che utilizza l'editoria elettronica per la commercializzazione del tipo "prezzo contro contenuti". È anche il settore sottoposto alle maggiori dinamiche di mutamenti strutturali. Assistiamo ad una forte contrapposizione tra editori commerciali, autori, consumatori finali (in massima parte mediati da strutture di servizi come le biblioteche). Anche i tradizionali rapporti all'interno del mondo scientifico, garantiti dalla funzione di validazione dei comitati scientifici redazionali, vengono messi in discussione: si stanno affermando riviste elettroniche che hanno eliminato il comitato scienti-

⁹ Una breve ma efficace esposizione del rapido passaggio dal *pay-per-use* al pagamento dei soli servizi a valore aggiunto da parte di periodici americani *on line*, quali New York Times, Usa Today, Washington Post, e perfino della rivista finanziaria esclusivamente *on line* TheStreet.com è contenuta nell'*Introduzione* di Riccardo Staglianò al volume *Dall'edicola al Web* a cura di Claudia Hassan. Reset, 2001.

¹⁰ Vedi il breve saggio di Andreina Mandelli, *Portali ed editori: un difficile rapporto?* In *Dall'edicola al Web*, a cura di Claudia Hassan. Reset, 2001.

fico per lasciare agli utenti il giudizio sulla qualità dei contributi. Le biblioteche stesse tendono a consorzarsi per strappare condizioni di abbonamento più vantaggiose da parte degli editori. Molte istituzioni scientifiche tendono a diventare esse stesse editori: emblematico il progetto in corso dell'Università di Firenze, presentato il 22 marzo 2001¹¹.

Il mercato dell'on-line

Il mercato è caratterizzato da un duplice dualismo: il primo è contraddistinto dalla tradizionale antinomia pubblico-privato: il secondo vede una contrapposizione tra i *content provider* e gli *Internet service provider*, tra chi fonda la propria ragione commerciale sulla vendita dei contenuti e che vende servizi all'utente finale o alle aziende tramite la pubblicità. A scopo esemplificativo si prendano i tre casi di:

- *E-journal*. Anche dati scientifiche etc. sono basate sulla vendita dei contenuti

- *Amazon*. Ha rappresentato e rappresenta tuttora la più grande libreria virtuale mondiale, tramite cui è possibile acquistare, via rete, libri, dischi, video, *e-book*, etc. ad un costo inferiore a quello possibile tramite normale libreria. Per paesi come l'Italia, ove l'acquisto di opere straniere avviene in genere tramite l'intermediazione di librerie italiane specializzate, il risparmio dell'acquirente è ancora superiore, in quanto può pagare nella valuta corrente, senza sottostare alla consuetudine del dollaro libraio, (il cui valore era circa il doppio del cambio corrente) che serviva a coprire le spese dell'importatore (valuta *cache* contro tempi lunghi di pagamento da parte del cliente - in genere una biblioteca), rischi connessi alle fluttuazioni del tasso di cambio, etc. Nonostante il mercato di *Amazon* di tipo mondiale, il grande giro di affari e le aspettative degli azionisti (le quotazioni dell'azienda americana sono sempre in crescita), il bilancio annuale è sempre in rosso (quest'anno 1,5 miliardi di dollari), Ciò la dice lunga sul tipo di affari, basati sulle aspettative degli investitori che tengono alte le quotazioni.

- *Enciclopedia Britannica*. L'illustre istituzione inglese fino all'anno scorso fondava il proprio *core business* sulla vendita di un prodotto tradizionale costituito da una serie di ponderosi tomi cartacei, avvalendosi di una rete specializzata di venditori che copriva la maggior parte dei paesi sul globo. Adesso ha cessato del tutto la vendita del cartaceo per offrire una gratuita consultazione via Internet. Non si conoscono i nuovi bilanci ma si presuppone che siano in attivo e derivati dalla pubblicità.

Sul piano degli atteggiamenti culturali

Su questo piano, troviamo ampie fasce di sostenitori del diritto alla libera circolazione della cultura e dei saperi. Questo atteggiamento, che è tipico degli ambienti di ricerca, trova notevoli varianti nel cyberspazio. L'industria mondiale della musica ha subito gravi colpi quando questa "*freelosophy*" è stata abbracciata da una struttura come Napster. La diffidenza che abbiamo riscontrato da parte degli editori a lanciare una linea di

¹¹ Su questo punto abbiamo dedicato uno studio apposito Vedi Paola Gargiulo: *l'editoria universitaria elettronica*.

produzione “digitale” sostitutiva del cartaceo è imputabile alla pratica impossibilità di garantirsi un piano programmato di vendita e quindi di ricavi. Ancor oggi le edizioni cartacee vengono fotocopiate: si valuta che le fotocopie siano spesso in numero ben superiore alla tiratura ufficiale. Recentemente sono state introdotte norme molto restrittive al riguardo: l’associazione bibliotecari ha impegnato al riguardo numerosi convegni ed una vivace diatriba nella mailing list dell’associazione. Gli editori si stanno attrezzando, circolano già prodotti in grado di blindare il contenuto, legandolo strettamente al software che ne permette l’uso. Questa politica crea di fatto delle barriere, anche psicologiche, che scoraggiano l’uso della versione elettronica troppo blindata. Un dibattito analogo si teneva agli inizi del ‘900 nell’associazione dei bibliotecari e librai italiani. Sotto accusa era allora il prestito effettuato dalle biblioteche che, si temeva, faceva diminuire le vendite. Fu allora dimostrato che il libro in biblioteca (da uno studio dell’associazione dei bibliotecari francesi) non faceva diminuire le vendite ma, al contrario, svolgeva una funzione di promozione che si rifletteva anche nelle vendite.

Quello che emerge è che, anche nel settore del digitale, cultura e informazione sono settori con dinamiche molto diverse tra loro e che, mentre nel settore dell’informazione e dell’intrattenimento, si trovano facilmente politiche e procedure di commercializzazione adeguate all’evoluzione delle tecnologie, il settore della cultura non può ancora essere trattato come un qualsiasi altro settore merceologico, ma abbisogna di cure e sostegni da parte del pubblico, pena un impoverimento dei saperi sociali e dei livelli di istruzione.

Il caso dell'editoria universitaria elettronica

La circolazione, distribuzione e archiviazione dell'informazione scientifico-accademica si è arricchita di enormi potenzialità grazie agli sviluppi della tecnologia dell'informazione e delle comunicazioni: riduzione dei tempi di pubblicazione, rapidità di circolazione, possibilità di integrare i propri contributi con materiale multimediale e ipertestuale, nuovi formati di visualizzazione, nuovi standard per l'identificazione univoca dei documenti; il tutto a costi relativamente contenuti. Ma soprattutto la possibilità di pubblicare senza dipendere necessariamente da un editore commerciale. Forme alternative di editoria elettronica si stanno affermando, tra cui l'editoria elettronica universitaria o forme di collaborazione tra università, società professionali e alcuni editori commerciali.

Il sistema della circolazione e della distribuzione dell'informazione scientifico-accademica, dominato negli ultimi 15 anni da pochi e potenti editori commerciali stranieri, è afflitto dalle loro politiche di prezzi predatorie e dalle conseguenze dei perversi meccanismi del *publish or perish* e dell'*Impact Factor*.

L'avvento dell'era elettronica e gli sviluppi della tecnologia dell'informazione e delle comunicazioni (ITC), hanno aperto alla comunità scientifico-accademica la possibilità di aumentare le potenzialità didattiche, di far circolare liberamente la comunicazione scientifica liberandola dalla massiccia dipendenza degli editori commerciali e di arricchirla di nuovi strumenti e nuove funzionalità: maggiore rapidità di circolazione; ampia disseminazione; ipertestualità e ipermedialità; eliminazione del problema della lunghezza dei lavori; maggiore fruibilità del materiale didattico grazie alla sua natura interattiva e multimediale; maggiore possibilità di comunicazione e scambio tra autore e lettore; possibilità di incorporare in un unico documento materiali su supporti diversi (audio, suono, immagini statiche, in movimento etc.); utilizzo di sofisticati sistemi di indicizzazione e di recupero dell'informazione; forme nuove di collegamento dei dati e delle informazioni che innovano il sistema statico delle citazioni a favore della possibilità di una conoscenza più dinamica e immediata.

Tutto questo è tecnologicamente possibile.

Ci sono diversi scienziati come Stevan Harnad o come il matematico Andrew Odlyzko, per esempio, che s'impegnano da anni nel sensibilizzare i loro colleghi sulle conseguenze perniciose dei costi sempre più alti delle pubblicazioni scientifiche periodiche commerciali, nonché sugli effetti negativi che le restrittive politiche di accesso degli editori hanno sulla circolazione e la diffusione della conoscenza scientifica. Costoro propongono soluzioni che vedano gli scienziati coinvolti in prima persona nel contribuire alla libertà della circolazione dell'informazione scientifica.

Negli USA si è già costituita SPARC, *Scholarly Publishing Academic Research Coalition*, che affronta queste tematiche e propone nuove soluzioni e iniziative e in Europa esiste un sito che si occupa di sensibilizzare gli autori su queste problematiche: *Campaign for the Freedom of Distribution of Scientific Work*.

Si stanno facendo notevoli passi avanti in questo senso, ma molto lentamente, perché molti docenti - ad eccezione dei fisici, dei matematici, in parte dei chimici ed ora anche di alcuni scienziati biomedici - sono piuttosto restii ad abbracciare il nuovo, e rallentano un'evoluzione obiettivamente inevitabile, i cui costi potrebbero essere più bassi sin da oggi, e di cui tutta la comunità si avvantaggerebbe se ci fossero maggiore sensibilità e apertura all'era del "dopo-Gutenberg". Alcune amministrazioni universitarie, più all'estero che in Italia, sono sensibili a queste tematiche ed hanno compreso le potenzialità dell'editoria elettronica imbarcandosi in nuove iniziative editoriali, in alcuni casi rinnovando la loro attività editoriale tradizionale, in altri casi creando nuovi servizi.

Quali sono gli ostacoli?

In pratica, il passaggio ad una archiviazione e ad una circolazione dell'informazione scientifico-accademica elettronica non dipendente dall'editoria commerciale è irto di ostacoli, dovuti al timore, da parte dell'accademia, di modificare un sistema conosciuto, collaudato, seppur disfunzionale, antieconomico e sempre più iniquo che, seppur si presenta ricco di possibilità, tuttavia mette in discussione il vecchio e alcuni interessi ad esso connessi, alle nuove problematiche che l'era digitale comporta.

Modificare l'attuale sistema di comunicazione scientifica, infatti, significa sì mettere in discussione e ripensare l'attuale titolarità del diritto d'autore, il *peer review*, gli stessi criteri per la valutazione scientifica, per l'avanzamento delle carriere e per l'accesso ai finanziamenti, ma significa anche riprendere il controllo sul sistema da parte delle istituzioni accademiche e di ricerca e anche da parte degli autori, e partecipare non solo alla creazione dei contenuti, ma anche alla produzione e alla circolazione delle pubblicazioni scientifiche, per riequilibrare un mercato che è ormai in un regime di quasi monopolio da parte di pochi editori commerciali.

Non vanno certo sottovalutate le nuove problematiche che la comunicazione elettronica presenta, dall'autenticazione per proteggere e certificare gli accessi, alla definizione di una pubblicazione elettronica, all'archiviazione permanente, al recupero, all'indicizzazione, all'integrazione dinamica delle fonti primarie e secondarie e di link dinamici delle citazioni.

Benché entrambe le tipologie di problemi (quella relativa alle resistenze al nuovo sistema di comunicazione e quella relativa all'era del "dopo-Gutenberg") siano superabili, bisogna riconoscere che mentre gli aspetti relativi alla seconda presentano delle difficoltà che la tecnologia tende a risolvere rapidamente, quelli riguardanti la prima sono di più difficile risoluzione perché sono di natura politica, culturale, commerciale e legale.

Per un nuovo sistema di comunicazione scientifico-accademica

Se un autore, oggi, decide di mettere in rete e di sottoporre al giudizio della comunità dei “pari” un suo contributo, ha di fronte diverse possibilità.

Se vuol far circolare subito il documento, può archivarlo elettronicamente presso un server di *self-archiving*, un server di *pre-print* e/o di *e-print* se esistenti nella sua disciplina oppure può creare egli stesso, da solo o insieme con altri colleghi, un server di *self-archiving*, utilizzando software gratuiti esistenti in rete, compatibili con gli standard definiti dall'*Open Archive Initiative* per l'interoperabilità degli archivi elettronici, e quindi archiviare il suo contributo su questo server, o può farlo pubblicare dalla sua università, sul server Web dell'ateneo. Nel medesimo tempo intende però sottoporre il contributo ad una rivista prestigiosa, di quelle con un alto *Impact Factor*, presente in abbonamento nelle più importanti biblioteche universitarie, dotata di un'ampia circolazione, indicizzata dalle migliori basi di dati di A&I (*Abstracting & Indexing Databases*).

Le ragioni per quali il nostro autore intende sottoporre il contributo alla rivista prestigiosa sono dovute in maniera sempre più crescente, come risulta da un'indagine fatta in Gran Bretagna dall'ALPSP (*Association of Learned and Society Publishers*), dalle pressioni a pubblicare il numero più alto di articoli per avanzare nella carriera, e per ottenere finanziamenti alla ricerca.

Se la comunicazione, lo scambio, l'avanzamento della scienza e il prestigio sono ancora le ragioni principali per pubblicare, queste stesse motivazioni sono sempre più incrinata da necessità di carriera, di potere. Sono queste ultime necessità che fanno il gioco degli editori commerciali. Va inoltre ricordato che gli autori non percepiscono nulla per la pubblicazione dell'articolo sulla rivista scientifica e anzi, in alcuni casi, pagano per avere l'articolo pubblicato.

Il nostro autore, se non è un fisico o un matematico o un chimico, oggi potrebbe avere difficoltà a poter lasciare il proprio contributo sull'archivio elettronico ad accesso gratuito o sul server del suo ateneo perché l'editore, probabilmente commerciale, potrebbe negargli tale opportunità. L'editore può richiedere, infatti, come *conditio sine qua non* per la pubblicazione che il contributo non sia mai apparso come *pre print* e/o che durante il periodo in cui il contributo è sottoposto al *peer reviewing* non sia disponibile su alcun archivio elettronico pubblico, né tanto meno sul server Web della sua università.

Accadrà pertanto che, una volta pubblicato, l'articolo sarà accessibile in formato elettronico solo a pagamento dal sito dell'editore o di eventuali aggregatori commerciali e che gli studiosi, studenti, ricercatori interessati a leggerlo, saranno obbligati a pagare.

Ma il panorama è ben più complesso un questo momento.

All'interno di alcune discipline, questo articolo, *refereed*, pubblicato da un editore non commerciale (questi ultimi possono essere società professionali, nuove figure editoriali nate dalle collaborazioni di università, società professionali e qualche editore commerciale) - ma in pochi casi anche da editori commerciali - potrebbe già essere facilmente disponibile anche su archivio elettronico pubblico.

Per mostrare la complessità della situazione attuale, abbiamo preparato un breve quadro sinottico.

Tipo di editore	Tipo di accessibilità elettronica
Editore A	gratuitamente sul server dell'editore o degli aggregatori commerciali, se si è abbonati alla versione cartacea.
Editore B	a pagamento sul server dell'editore o di aggregatori commerciali (l'editore non accetta di pubblicare l'articolo se è già apparso come preprint)
Editore C	a pagamento sul server dell'editore o di aggregatori commerciali sull'archivio elettronico pubblico è presente il preprint
Editore D	a pagamento sul server dell'editore o di aggregatori commerciali sull'archivio elettronico pubblico è presente sia il preprint sia il final draft
Editore E	a pagamento sul server dell'editore o di aggregatori commerciali sull'archivio elettronico pubblico è presente sia il preprint sia il final draft sul server dell'istituzione di appartenenza dell'autore, accessibile in modalità Internet o Intranet oppure sulle pagine web personali dell'autore

La politica di molti editori commerciali rispetto alla messa in rete su archivi pubblici elettronici di contributi sottoposti alle loro riviste, varia da disciplina a disciplina. Come si diceva nel caso della fisica e della matematica, le politiche di editori commerciali sono meno restrittive e vessatorie e tendono ad adeguarsi a quelle adottate dalle società scientifiche ben più liberali; nelle altre discipline, dipende da testata a testata, e questo in parte è dovuto al peso dei comitati editoriali delle suddette riviste, nell'influenzare le decisioni degli editori.

Le università con i loro sistemi bibliotecari, in collaborazione con associazioni e società professionali, con singoli docenti/autori, si stanno impegnando per far nascere, grazie alla sinergia delle loro diverse competenze, forme editoriali nuove che favoriscano la circolazione e la disseminazione del sapere scientifico, e nel medesimo tempo introducano nuove modalità di apprendimento, di studio, di comunicazione.

I diritti d'autore nell'università

Ma perché l'editore può imporre all'autore delle condizioni così restrittive per la circolazione dell'informazione scientifica? L'editore può farlo in virtù di un contratto che l'autore acconsente di firmare, e nel quale gli viene chiesto di trasferire all'editore i diritti d'autore (come nel caso degli USA e in Gran Bretagna) o di concedere i diritti in licenza (come nel caso di molti paesi europei).

Le università, i bibliotecari e gli autori più sensibili a queste tematiche ritengono invece che nell'era elettronica sia necessaria una maggiore flessibilità, e che sia l'autore sia la comunità debbano potersi avvantaggiare delle nuove forme di comunicazione e favorirne lo sviluppo. Vanno quindi studiati contratti che prevedano la ritenzione dei diritti da parte dell'autore e la concessione di una licenza non esclusiva all'editore, oppure che i diritti siano trasferiti

all'editore, ma che l'autore preservi, nel medesimo tempo, alcuni diritti d'uso.

Non entriamo nel merito del dibattito in corso negli USA e in Gran Bretagna, e in misura minore in alcuni paesi europei, se la titolarità del diritto d'autore spetti allo studioso/docente/ricercatore o piuttosto al suo ente di appartenenza se il documento pubblicato è stato scritto nel corso dell'attività lavorativa di ricerca (*in the course of employment* o anche detto *work made for hire*).

La tesi dominante è che in nome della libertà accademica tali diritti devono essere esercitati dagli autori anche se in linea di principio appartengono all'ente di appartenenza che li cede agli autori.

Ma cosa avviene, invece, se l'editore è l'ateneo stesso? I diritti economici rimangono all'autore o sono ceduti all'università stessa, e la libertà di uso e di circolazione dell'informazione viene garantita dall'ateneo stesso che si occuperà, sì del controllo e della gestione dei diritti di proprietà, ma in nome dell'avanzamento della conoscenza e non del puro profitto.

D'altronde, non solo la ricerca ma anche la didattica, sempre più massicciamente, integreranno in futuro, nella loro attività, materiale di diversi formati elettronici ipermediali, per cui la protezione del diritto d'autore andrà sì rispettata, ma non a detrimento di queste attività, pena un impoverimento scientifico e culturale. Di conseguenza sarà sempre più necessario che il controllo e la gestione di tali diritti sia effettuata dell'ente medesimo.

Ciò non significa che l'editore commerciale in ambito accademico-scientifico dovrà scomparire, ma che dovrà accettare di limitare i suoi diritti, pena la sua esclusione dal mercato editoriale universitario.

La validazione qualitativa e scientifica

La possibilità che il proprio contributo possa essere sottoposto al giudizio critico dei pari e, dopo aver superato questo giudizio, sia disponibile in rete su archivio elettronico di un ateneo, e quindi essere considerata una pubblicazione scientifica a tutti gli effetti ai fini dell'avanzamento di carriera o per l'assegnazione di fondi di ricerca, è stata affermata alcuni anni fa negli Stati Uniti dall'*Association of American Universities* per favorire forme alternative della comunicazione scientifica e spingere gli autori a parteciparvi.

In effetti è stato affermato il principio che il contenuto di una pubblicazione e quindi la sua validità scientifica è indipendente dal supporto di pubblicazione, sfatando pertanto la "superiorità" del formato cartaceo.

La tecnologia aiuta a gestire il *peer review* tradizionale; ci sono esperienze in Italia, quali quella della rivista elettronica *Journal of High Energy Physics* (JHEP) della SISSA (<http://jhep.sissa.it/>) in cui tutto il processo è completamente automatizzato elettronicamente, anche il *peer reviewing*, accorciando i tempi notevolmente, senza alcun aggravio sul qualità del lavoro.

Queste nuove iniziative editoriali, che vedono università e società professionali come nuovi editori nell'ambito del "*not for profit*" (e non solo in quanto siano anche gestori di archivi elettronici di *preprint* e di grossi progetti di digitalizzazione di collezioni monografiche e di periodici), devono sicuramente affrontare un lavoro che finora è stato svolto con professionalità dagli editori commerciali: il *peer reviewing* è infatti un'attività laboriosa dal punto di vista amministrativo, organizzativo e nella quale gli editori hanno una consolidata esperienza.

Il problema della certificazione

La versione di un contributo in formato elettronico non è la semplice trasposizione da un supporto, la carta, all'altro, il digitale, anche quando l'articolo si arricchisce in minima parte di tutte le nuove funzionalità (iper-testualità, integrazione di formati multimediali diversi, etc.), ma diventa qualcosa di altro e di diverso, che appartiene ad una nuova era che presenta nuove prospettive e nuove problematiche.

Una volta messo in rete il documento ospitato su un server, inizia l'iter per la certificazione scientifica e qualitativa e, nel medesimo tempo, è allora che il contributo incomincia a subire una serie di trattamenti che ne garantiscono l'accesso, la recuperabilità e la permanenza sulla rete.

Tutte queste attività vengono svolte da specialisti informatici e dell'informazione-documentazione e vanno dalla certificazione degli accessi ai fini della sicurezza e della protezione intellettuale del documento, alla catalogazione, all'indicizzazione, e all'assegnazione di un'identificazione univoca: pensiamo infatti, per quest'ultima, agli standard SICI, DOI, per permettere l'integrazione di link dinamici alle citazioni bibliografiche, alle fonti secondarie per garantire che le immagini utilizzate o i filmati a cui si rimanda nel contributo, e che sono residenti su un'altra macchina, siano permanentemente visibili da chi recupera il documento, e infine per usi futuri non ancora pensabili.

Questo trattamento sui documenti/articoli viene svolto egregiamente dagli editori e dai produttori di fonti secondarie e costituisce quel valore aggiunto che distingue i loro prodotti e per i quali si fanno pagare lautamente.

Questo trattamento del documento è indispensabile ed è anche costoso. È pur vero, però, che le esperienze estere hanno dimostrato che alcune università (con le loro infrastrutture hardware e software e le loro competenze e il personale professionale delle loro biblioteche) e le società professionali (con la loro esperienza nell'ambito editoriale), anche con il contributo di qualche editore, sono riusciti a portare avanti iniziative di questo genere.

È solo l'inizio, ma è promettente.

Un contributo elettronico in attesa di diventare una pubblicazione definitiva, oppure un contributo elettronico non accettato ma che rimane disponibile in rete, in attesa di essere giudicato dalla comunità per essere considerato "una pubblicazione elettronica", deve possedere caratteristiche certe e assai chiaramente definite nella letteratura professionale dell'informazione-documentazione.

È in corso un dibattito sulla definizione di "pubblicazione elettronica" nella comunicazione scientifica; non è sufficiente, a definire una pubblicazione scientifica, un documento messo in rete e reso disponibile alla comunità dei pari: per essere tale deve avere delle caratteristiche in parte comuni al suo equivalente cartaceo (registrazione su supporto durevole, validazione scientifica e qualitativa, fissità della forma) e, in parte, caratteristiche peculiari al materiale elettronico (permanenza, immutabilità, accessibilità e recuperabilità nel tempo, controllo della versione, autenticazione e protezione delle versioni da eventuali cambiamenti). Inoltre vengono fatte distinzioni tra la *prima pubblicazione* (in attesa di validazione e accettazione) e la *pubblicazione definitiva* (validata scientificamente) che rispettivamente devono essere fornite di particolari specifiche tipiche.

Viene richiesto che la *prima pubblicazione*, ad esempio, sia dotata di: un controllo di versione (va chiaramente indicato quale versione del documento è sottoposta alla certificazione); avvertenze (alla comunità dei pari, che viene informata di quale versione è eventualmente associata alla pretesione di priorità); un impegno da parte dell'autore a non eliminare il documento durante il processo del *peer review*

La *pubblicazione definitiva* deve invece essere dotata di: controllo di qualità; controllo di versione (in modo da identificare tutte le versioni precedenti e successive, anche quelle eventualmente ritirate); "errata corrige" (devono essere contenuti nei metadata del record bibliografico come impegno per un'archiviazione a lungo termine).

L'archiviazione permanente, poi, è un altro problema, tipico di questa nuova era, al quale non si è ancora in grado di dare una risposta definitiva e di fronte al quale, per ora, l'unico approccio corretto e meno dispendioso pare sia quello di produrre i documenti secondo formati e standard che ne permettano la costante riconversione a costi contenuti. Viene, inoltre, discussa la creazione di grossi archivi elettronici distribuiti, residenti presso grandi università o centri di ricerca o di calcolo, o grandi biblioteche nazionali, per garantire l'accesso permanente a milioni di articoli che potrebbero non essere più disponibili presso i server degli editori commerciali tra un certo numero di anni. In questa direzione in Italia, si è mossa la Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze per la creazione del deposito legale delle pubblicazioni elettroniche italiane mentre i Consorzi di Supercalcolo Interuniversitari, quali ad esempio, il CILEA ed il C.A.S.P.U.R si stanno occupando dell'archiviazione permanente delle testate scientifiche straniere.

Le università italiane e l'editoria scientifico-accademica elettronica

Anche in Italia, sono in corso di pubblicazione le prime monografie, riviste, dispense, edite dalle università che hanno dato vita a progetti di editoria elettronica universitaria; tra questi citiamo la *Firenze University Press* e il progetto ESE - Editoria Scientifica Elettronica dell'Università di Lecce. In effetti, altri atenei italiani, ad esempio, il Politecnico di Torino svolgono attività di editoria elettronica e molti altri ancora si occupano di progetti di digitalizzazione di materiale prodotto dall'università stessa a partire dalle tesi universitarie alle dispense dei docenti, ma ci limitiamo a descrivere brevemente quanto avviene nelle due università sopracitate perché entrambe sono rappresentative di quanto sta avvenendo nel nostro paese.

Sia il progetto *Firenze University Press*¹ sia il progetto ESE² nascono in gran parte dalle considerazioni che abbiamo fatto nella prima parte di que-

¹ Anna Maria Tammaro, Il sistema bibliotecario diventa editore delle pubblicazioni dell'Ateneo: l'esperienza di Firenze. Contributo sul tema "L'innovazione tecnologica ed organizzativa per i servizi di biblioteca", presentato in occasione del convegno internazionale di studi "Strumenti e strategie per la costruzione della biblioteca ibrida" (Firenze, 14 febbraio 2001). Pubblicato anche a stampa in "L'innovazione tecnologica ed organizzativa per i servizi di biblioteca", Genova Burioni, 2001, p.69-76.
<http://www.burioni.it/forum/firenze2001/fi01-tammaro.htm>

Il sito della Firenze University Press <http://www.unifi.it/e-press>

² Progetto ESE. Editoria Scientifica Elettronica dell'Università di Lecce, a cura di Virginia Valzano, coordinatore e Antonio Marra, responsabile tecnico. Presentato in occasione del "IV Seminar Sistema informativo nazionale per la matematica Sinm 2000 un modello di sistema informativo nazionale per aree disciplinari", Lecce, 2-4 ottobre 2000.

<http://siba2.unile.it/progetti/esse.htm>

sta relazione, dalla volontà di riprendersi il controllo del copyright, di cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e di offrire servizi nuovi o rinnovati di diffusione scientifica (come ad esempio, server di *pre-print* e dispense per gli studenti).

Queste iniziative intendono valorizzare e sviluppare la produzione scientifica interna all'università, razionalizzare le spese sostenute per pubblicazioni e rendere disponibili senza limitazioni i testi per gli studenti. Inoltre, vogliono contrastare la sempre più ridotta capacità di acquisto del sistema bibliotecario di ateneo.

Entrambi si avvalgono delle più moderne tecnologie telematiche e multimediali e di strumenti basati su tecnologie standard e aperte e favoriscono la condivisione di standard e software per la gestione di server di *pre-print* per la diffusione di forme alternative della comunicazione scientifica.

L'esperienza fiorentina vede la collaborazione e la sinergia di più partner interni all'ateneo stesso, i bibliotecari, ma anche gli informatici, gli autori e il personale tecnico-amministrativo dei dipartimenti e di un esterno, un editore elettronico. Un Ufficio di Coordinamento è stato creato per avviare l'assistenza alle pubblicazioni e per stabilire collaborazioni nazionali e internazionali con associazioni scientifiche. Sono stati studiati e approntati modelli che coprissero i vari aspetti delle pubblicazioni elettroniche da quelli tecnologici, a quelli giuridici, economici e infine quelli relativi alle modalità di accesso.

Nel caso del progetto ESE, questo è gestito dal Coordinamento Servizi Informatici Bibliotecari di Ateneo in collaborazione con i Dipartimenti ed anch'esso prevede collaborazioni con iniziative nazionali e internazionali.

Le pubblicazioni editate dalle due università coprono tutti i tipi di pubblicazione rilevanti per la ricerca e la didattica: monografie, atti di convegni, *preprint*, tesi di laurea e di dottorato, dispense. Vengono, inoltre, pubblicate in versione elettronica riviste già pubblicate a stampa dalle università, comprese le annate arretrate.

Per quanto attiene al diritto d'autore nel caso della *Firenze University Press*, sono stati ammessi due modelli di contratto; uno in cui l'autore cede i diritti di proprietà all'università (ed in tal caso riceve come *royalty* il 50% dell'utile ricavato dalle vendite) e l'altro in cui gli autori conservano tutti i diritti concedendo una limitata licenza d'uso della pubblicazione all'università.

L'Università di Firenze rispetto alle problematiche sopracitate della validazione e certificazione ha ovviato al problema in due modi: da una parte, permettendo una copia cartacea della pubblicazione originariamente elettronica attraverso la forma della stampa su richiesta (*print on demand*) affermando in questo modo la separazione della validazione del contenuto dal supporto dello stesso e dall'altra, garantendo la certificazione data dalla Biblioteca Nazionale di Firenze, come dichiarazione del deposito legale volontario che la *Firenze University Press* effettuerà di ogni sua pubblicazione elettronica.

Dal punto della permanenza nel tempo della pubblicazione sarà la Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze a garantire l'autenticità della pubblicazione attraverso il suo sistema di deposito legale.

La scelta di ottenere una copia a stampa su richiesta è stata ritenuta una scelta obbligata nel medio termine, in attesa che i modelli culturali "papirocentrici" lascino il posto a forme nuove di comunicazione.

Conclusioni

C'è ancora molta resistenza nell'ambito universitario italiano e non solo, ad accettare un modello di editoria elettronica, ma il quadro sta cambiando, le prime case editrici universitarie elettroniche si stanno affermando e altre ne sorgeranno. Sarà necessario da parte loro fare un grosso lavoro di promozione e di diffusione all'interno dei propri atenei, ma la strada è ormai aperta, il futuro è segnato. Assisteremo a grossi cambiamenti, a modi e forme di distribuzione dell'informazione accademica e scientifica economicamente più equi, più accessibili e a nuove modalità di comunicazione, di apprendimento, di didattica e di ricerca.

Ultimo controllo degli indirizzi web segnalati: 10 marzo 2001

Alcune osservazioni sul caso italiano

Solo recentemente l'Italia ha raggiunto o sta raggiungendo i paesi ad analogo peso industriale (o post-industriale) nel settore delle comunicazioni e nella diffusione degli strumenti informatici e telematici. In questo periodo stiamo pertanto assistendo allo sviluppo rapidissimo di fenomeni già avviati in altri paesi. Nei settori selezionati per l'osservazione del gruppo viene rilevato quanto segue.

Editori tradizionali in rete

La maggior parte degli editori italiani, anche piccoli, ha un proprio sito o delle pagine sul Web. Molti presentano il catalogo o parte di esso ed i moduli elettronici per l'ordine. Pochissimi offrono libri elettronici. Di fatto tale offerta è pressoché esclusivamente pubblicitaria (pochi titoli, testi parziali, testi completi ma suddivisi in un numero esorbitante di capitoletti in modo da ostacolare di fatto l'operazione di scaricamento, testi in formati proprietari spacciati per standard di fatto che diventano barriere all'utilizzo (si va dai formati blindati di alcuni *e-book* ai formati PDF che sono pesanti da scaricare, possono essere inibiti al salvataggio in locale o alla stampa, etc.). Si conclude pertanto che l'editoria tradizionale italiana non riesce a superare lo schema "prezzo contro contenuto" e che non ha ancora affrontato il nuovo scenario. La situazione si fa ancora più grave se si guarda alla produzione scientifica nazionale (purtroppo marginale anche per ragioni di tipo linguistico). Abbiamo monitorato il sito del sistema bibliotecario di ateneo dell'Università di Firenze. Esso offre pressoché al completo il catalogo delle riviste presenti nelle diverse biblioteche. Riporta la consistenza e spesso lo spoglio. In alcuni casi sono disponibili gli articoli (*full text*) in formato digitale. Salvo pochissime eccezioni questo servizio è offerto da periodici stranieri, in assenza della produzione nazionale. La situazione è analoga nelle altre università italiane.

Quotidiani e cronache locali

Il giornale on line è stato valutato, nel confronto con quello tradizionale, e nell'ottica giornalistica, una via di mezzo tra l'agenzia di stampa ed il giornale stampato, in quanto le notizie sono date a getto continuo ed in tempo reale, e nello stesso tempo c'è spazio per un approfondimento delle notizie. In sostanza si cumulano i vantaggi dell'uno e dell'altro strumento. Per leggere il giornale stampato, occorre aspettare il giorno successivo, rispetto invece al flusso delle notizie che sono disponibili sul giornale on line; sulla carta stampata possono trovarsi i commenti, le prese di posizione degli opinionisti e gli ulteriori approfondimenti che completano il panorama delle conoscenze da parte del lettore. Lo stesso giornalista che lavora all'on line completa il suo bagaglio leggendo la spiegazione delle notizie e gli approfondimenti riportati sul giornale stampato. Gli aspetti se non negati-

vi, quanto di affollamento tecnico, riguardano l'enorme flusso di notizie che affluiscono dalle agenzie di stampa italiane e mondiali: ormai è sempre più difficile raccogliere notizie particolari o curiose che stuzzicano l'attenzione dei lettori; tutti i giornali, stampati oppure on line, dispongono delle stesse notizie. In particolar diventa sempre più difficile stabilire delle notizie sul giornale on line rispetto ai tempi della diffusione delle medesime. Per quanto attiene la cronaca locale on line è stata rilevata una forte tendenza della stampa quotidiana presente in Toscana a fornire questo servizio, che ci risulta molto apprezzato dagli utenti.

La comunicazione pubblica

È stata rilevata una forte presenza delle agenzie pubbliche sul Web. Non sempre può parlarsi di comunicazione istituzionale in senso stretto: talvolta vengono offerti servizi e contenuti non strettamente istituzionali anche se magari meritori (caso emblematico è dato da quel comune che mette in linea la Gazzetta Ufficiale). Nell'osservazione del caso toscano sono stati monitorati i siti istituzionali del sistema delle autonomie locali: Regione, Province e Comuni. La forma prevalente di editoria on line istituzionale è costituito dalla Rete civica, che si propone spesso sia come sistema interattivo, tramite la bidirezionalità della comunicazione fra ente e cittadino, ma anche proponendosi come luogo di scambio di informazioni per tutti: cittadinanza, enti, associazioni, scuole e così via. Nella rete civica chiunque può diventare parte attiva ed integrante. Questa filosofia appare più un principio ispiratore che un obiettivo pienamente raggiunto. Due fattori sembrano operare in direzione della modesta, e comunque inadeguata, qualità osservata nella ricerca sul campo. Da un lato un approccio poco professionale sul piano della comunicazione (risultano in genere adeguati gli aspetti grafici e di facciata: monumenti, paesaggi etc. mentre sono lacunosi quelli relativi alla comunicazione ed all'accesso alle informazioni, che in genere non risultano di facile accesso). Sono presenti anche veri e propri periodici informativi (sia come forma elettronica della versione cartacea, sia nella forma elettronica pura). Non sempre sono facilmente individuabili e raggiungibili dall'Home Page. L'aggiornamento del sito lascia spesso a desiderare.

Editori on line non professionali

È stato rilevato che un settore importante di editoria on line viene prodotto da un gruppo promiscuo che ha la caratteristica di presentarsi come "editori non professionali" ma che spesso fornisce, sul piano della qualità, della tempestività, della pertinenza, una interessante offerta di informazioni. Questo gruppo comprende tutto il cosiddetto Terzo settore (no profit, associazionismo, etc.), ma anche ordini professionali, gruppi ed associazioni professionali o di settore. Emblematico il settore delle biblioteche e della documentazione. Esiste in Italia un'offerta di documentazione professionale *full-text on line* in questo settore, di grande qualità (pari perlomeno agli standard internazionali di eccellenza). Nella maggior parte dei casi tale documentazione è accessibile gratuitamente, in altri è sufficiente l'adesione all'associazione mediante il versamento di una modesta quota associativa.

Ancora sui quotidiani

Fin dal suo esordio Internet è sembrata luogo ideale di sviluppo del processo editoriale.

L'editoria on line, superando le tradizionali forme di pubblicazione su supporto cartaceo, ha consentito di ribaltare lo stesso concetto di editore. La tecnologia informatica ha portato profondi mutamenti nel settore con l'introduzione dei sistemi informativi utilizzati per l'elaborazione e l'archiviazione dei testi, l'impaginazione elettronica e la stampa. Redazioni e tipografie, già dagli anni '80, hanno avviato il processo di rinnovamento tecnologico e le nuove tecnologie sono alla portata di tutti.

I maggiori quotidiani italiani e stranieri circolano ormai sulla rete e con loro una miriade di piccole e grandi testate che incrementano di giorno in giorno, in maniera esponenziale, l'offerta di informazione.

Il settore editoriale ha sempre più bisogno di professionisti della rete in grado di trasferire e mediare l'informazione on line. L'editoria elettronica è quindi un settore molto dinamico e aperto alle nuove professioni del Web e che, nel tempo, diverrà sempre più autonomo e sempre meno assimilabile al tradizionale mezzo di comunicazione.

In alcuni casi, però, il mondo editoriale in Italia non ha dimostrato particolare entusiasmo nel passaggio dalla carta ai *bit* e ha dato scarso rilievo alle potenzialità di Internet.

È vero che questo atteggiamento deriva anche dal ritardo che il nostro Paese registra ancora nella diffusione e nella fruizione del mezzo. All'estero, in molti casi, la scuola è stato un forte *driver* per l'informatizzazione del paese e l'alfabetizzazione a Internet; da noi solo da poco tempo il Ministero della Pubblica Istruzione ha deciso di intervenire, ma è altrettanto vero che non tutti sono ancora consapevoli del profondo processo di cambiamento che le forme di comunicazione e informazione sono destinate a subire nel prossimo futuro e di quali e quante fonti di informazione siano ormai presenti sulla rete.

Le tendenze del mercato editoriale sembrano, ad una prima analisi, sostanzialmente tre e altrettante le modalità di approccio alla rete.

La prima è quella più facile e semplice da realizzare: si tratta di trasferire *tout court* sulla rete ciò che già esiste nel mondo "reale" e materiale. E qui troviamo tutti gli editori, piccoli o grandi che siano, che hanno aperto il loro sito per pubblicizzare i prodotti, alla ricerca di nuova clientela tra i navigatori del Web, sollecitandola con offerte editoriali mirate e spesso di "nicchia". Lo sfruttamento delle tecnologie solo a questo scopo ci pare, francamente, un po' riduttivo soprattutto nel raffronto con le infinite potenzialità che sono a disposizione.

La seconda tendenza raggruppa tutti coloro che, grazie all'estrema economicità della rete e alla maggiore facilità d'uso delle tecnologie, sono diventati editori telematici e basano la loro attività solo ed esclusivamente sull'ingegno e la capacità di "catturare" l'attenzione e la clientela attraverso prodotti "virtuali". Iniziative di questo tipo hanno generato spesso dei veri e propri successi editoriali e incontrato il favore dei navigatori.

Nella terza fascia troviamo il nuovo mondo dell'editoria on line, quello che tende ad avere una propria connotazione specifica e peculiare, avulsa dai limiti posti dal mondo "reale" dell'informazione. Una realtà a sé, quindi, sempre più scollegata da contesti tradizionali che sfrutta tutte le caratteristiche delle tecnologie informatiche, acquisendo via, via maggiore dinamicità.

Uno sguardo alla rete della Toscana

Introduzione

Da un'indagine dell'Osservatorio del Centro di Documentazione Giornalistica - che propone un'analisi delle rilevazioni fatta con spirito "giornalistico" e quindi diverso per vocazione dall'indagine di tipo statistico - i media on line in Italia rilevati al giugno del 2000 erano così ripartiti:

78 quotidiani (pari al 3%)
56 agenzia di stampa (pari al 2%)
95 televisioni (pari al 4%)
284 radio (pari al 12%)
1212 periodici (pari al 52%)
512 electronic magazine (pari al 22%)
96 reti civiche (pari al 4%)
26 portali (pari al 1%)
per un totale di 2.359 media censiti.

La stessa indagine rilevava che su 103 capoluoghi di provincia ben 96 erano in Internet con una rete civica (il 93,2% del totale) contro gli 85 censiti nel 1999.

Lo sviluppo delle reti civiche è un fenomeno in crescita e le ragioni si possono intuire facilmente: le reti civiche rappresentano una fonte di informazione agevole e accessibile ai media tradizionali e sono un mezzo diretto di informazione ai cittadini.

L'utilizzo di Internet nella Pubblica Amministrazione facilita la collaborazione fra istituzione e cittadini favorendo maggiore integrazione tra due mondi spesso considerati contrapposti. La stessa creazione degli Uffici per le Relazioni con il Pubblico (URP) e la loro recentissima riqualificazione (legge 150/99) impongono ancora di più alla Pubblica Amministrazione l'attivazione della funzione di ascolto: la rete contribuisce allo sviluppo di forme di interscambio fra cittadino e pubblica amministrazione e il dialogo fra tutti i soggetti partecipanti.

La rete civica, quindi, è qualcosa che va oltre il semplice sistema bidirezionale di comunicazione fra ente e cittadino, proponendosi come luogo di scambio di informazioni per tutti: cittadinanza, enti, associazioni, scuole e così via. Nella rete civica, chiunque può diventare parte attiva ed integrante.

Uno sguardo alla rete della Toscana

In questa parte si propongono alcuni dati che emergono da uno *screening* effettuato tra la fine di febbraio e la prima settimana di marzo del 2001 sulle reti civiche e sui siti Internet della nostra regione, per individuare, ove possibile, l'esistenza di periodici on line ed il loro stato di aggiornamento.

Più che di un'indagine vera e propria, si è trattato di uno sguardo d'insieme che, partendo dal sito ufficiale della Regione Toscana si è poi indirizzato alle 10 province toscane e quindi alle amministrazioni comunali. Il poco tempo a disposizione e la continua evoluzione del mezzo non hanno consentito un approfondimento del tema. In alcuni casi il collegamento con le amministrazioni non è stato possibile per i motivi più svariati: non disponibilità della pagina al momento del collegamento, indirizzo errato, assenza di collegamento, assenza della rete fra amministrazione provinciale e comuni del comprensorio.

Sul sito della Regione Toscana (<http://www.regione.toscana.it>) vengono proposti alcuni periodici *on line*:

La Regione Toscana

House organ dell'Ente, periodico mensile a numeri monografici (registrazione del Tribunale di Firenze n.4329 del 10.6.93). Oltre ai primi due numeri usciti a gennaio e febbraio 2001, possono essere consultati tutti i numeri dell'anno 2000 nonché gli ultimi tre numeri pubblicati nel 1999.

Informazioni Statistiche

Mensile della Giunta Regionale Toscana, curato dall'Area extradipartimentale di Statistica, (registrazione del Tribunale di Firenze n.3821 del 29.3.89), contiene informazioni statistiche di base suddivise in 8 settori: Annuario, Elezioni, Economia, Sanità, Speciale Censimenti, Popolazione, Studi e Ricerche, Finanza Locale. Si può visualizzare l'elenco delle pubblicazioni realizzate prima del 1990. Parte dei contenuti sono visibili (indice, premessa, etc.) ed in parte trasferibili su file.

Informazioni Statistiche in Breve

Supplemento di *Informazioni Statistiche* è un foglio notizie che fornisce i primi dati elaborati dai principali flussi statistici e i risultati delle indagini campionarie, realizzate dall'Area Extradipartimentale Statistica. I fogli sono in formato PDF.

ORML Osservatorio Regionale del Mercato del Lavoro

Mensile di informazione sul mercato del lavoro (autorizzazione del Tribunale di Firenze n.3311 del 28.2.85). Sono proposti i numeri usciti nel 2000 ed alcuni del 1999.

L'informatore

Periodico a cura del Dipartimento dell'Organizzazione e delle Risorse, pubblicato da marzo 1996 ad ottobre 1997, visibile e trasferibile su file.

Quaderni dell'Osservatorio Elettorale

Semestrale a cura della Giunta Regionale Toscana, (autorizzazione del Tribunale di Firenze n. 3820 del 29.3.89). Pubblicazione iniziata nel 1977, dal 1982 si è data periodicità semestrale. Sono immediatamente visibili gli indici degli articoli pubblicati dal n. 36 ad oggi e, mediante una "sottodirectory", gli indici precedenti.

Lavoro e Salute

(autorizzazione del Tribunale di Firenze n.3613 del 10.8.87). Presentazione della testata realizzata a cura delle Regioni Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Provincia Autonoma di Trento. Appare come un'agenzia notizie per la prevenzione nei luoghi di vita e lavoro.

Cliccando su "*Editoria*" si accede inoltre a:

Notiziario Editoria Catalogo di tutte le pubblicazioni prodotte in coedizione con editori privati e di quelle edite direttamente dalla Giunta dal 1990 al giugno 1996.

Quaderni della Collana Flashlavoro A cura dell'Osservatorio Regionale del Mercato del Lavoro.

Chi, Come, Quando Manuale operativo sul mercato del lavoro.

La Nuova Regione Guida alla legge Bassanini.

Per accedere al *B.U.R.T. (Bollettino Ufficiale della Regione Toscana)*, è necessario invece partire dal menù principale e cliccare su "*Banche dati*". La consultazione del *B.U.R.T.* non è consentita ad utenti non registrati e privi di *password*.

Le province ed i comuni della Toscana. Reti civiche e siti Internet

● Provincia di AREZZO

indirizzo Internet: <http://www.provincia.arezzo.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 39

Popolazione 318.881

Superficie Km² 3.232

Densità/Popolazione 99

Dalla rete della provincia di Arezzo è stato possibile collegarsi con i comuni di Arezzo, Anghiari, Castelfranco di Sopra, Castiglion Fibocchi, Cavriglia, Civitella Val di Chiana, Foiano della Chiana, Laterina, Monte San Savino, Pergine V.no, San Giovanni V.no, Sansepolcro, Stia e Terranuova Bracciolini. Nessuno di questi comuni propone pagine on line di periodici informativi inviati alla popolazione con i mezzi tradizionali, mentre sulle pagine della provincia di Arezzo è consultabile il numero di ottobre 2000 de "*La provincia di Arezzo*" - a cura del Gabinetto del Presidente - che, oltre ad una serie di articoli a carattere sociale (lavori socialmente utili, pari opportunità, Informagiovani etc.), economici e culturali, propone *I lavori del Consiglio Provinciale*.

● **Provincia di FIRENZE**

indirizzo Internet: <http://www.provincia.firenze.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 44

Popolazione 952.293

Superficie Km² 3.514

Densità/Popolazione 271

Alla rete della provincia non sono collegati i comuni di Dicomano, Firenzuola, Greve, Londa, Marradi, Montelupo F.no, Pelago, San Godenzo, San Piero a Sieve e Vicchio. Si accede però alle pagine della Comunità Montana del Mugello e a quelle del Consorzio Empolese della Valdelsa che, a loro volta, riportano le adesioni alla Rete Telematica della Regione Toscana, aggiornate al 15 novembre 2000. Sulle pagine della provincia, è possibile consultare il “*Notiziario Provincia Informa*” (reg. Tribunale di Firenze n.4856 del 28.1.1999) che rimanda al “*Notiziario Asca-Provincia di Firenze*”, a cura dell’Ufficio Stampa.

● **Il Comune di BAGNO A RIPOLI**

indirizzo Internet:<http://www.comune.bagno-a-ripoli.fi.it>

propone on line il bimestrale “*Notiziario dell’Amministrazione*”. Sono visibili i numeri da 1 a 6 dell’anno 2000.

● **Il Comune di BORGO SAN LORENZO**

indirizzo Internet: <http://www.comune.borgo-san-lorenzo.fi.it>

propone un “*Giornalino Comune Notizie*” consultabile e stampabile da casa, installando Adobe Acrobat Reader. La redazione del giornalino è a cura dell’U.O Cultura e Biblioteca.

● **Il Comune di FIESOLE**

indirizzo Internet <http://www.comune.fiesole.fi.it>

propone le pagine del proprio mensile “*Fogli di Fiesole*”, edito anche in forma cartacea, (registrazione Tribunale di Firenze n. 2788 del 2.10.1979) con possibilità di consultazione anche dei numeri dell’anno 2000.

● **Il Comune di SCANDICCI**

<http://www.comune.scandicci.fi.it>

propone “*Città Comune*”, periodico di informazione del Comune, giunto al V anno (nel 2001).

● **Provincia di GROSSETO**

indirizzo Internet: <http://www.provincia.grosseto.it>
Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 28

Popolazione 216.207

Superficie Km² 4.504

Densità/Popolazione 48

All'Home Page della provincia, cliccando su "colleg@menti" si accede ad un elenco che rimanda agli "altri comuni della provincia di Grosseto", mediante il quale è possibile visualizzare i dati statistici e le composizioni politiche dei singoli comuni e, nel caso di Civitella Paganico, visitare il sito. Sulle pagine della provincia di Grosseto è disponibile il mensile di informazione "*Provincia di Grosseto Informa*" (iscrizione Tribunale di Grosseto n. 1/98), giunto al terzo anno di pubblicazione. Sono consultabili i numeri arretrati.

● **Provincia di LIVORNO**

indirizzo Internet: <http://www.provincia.livorno.it>
Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 20

Popolazione 335.555

Superficie Km² 1.217

Densità/Popolazione 276

I comuni della provincia non sono collegati all'indirizzo dell'amministrazione provinciale ma una delle pagine propone l'elenco degli sportelli Informagiovani di alcuni comuni, non tutti provvisti di collegamento Internet. Sulle pagine della provincia di Livorno è consultabile il notiziario "*Provincia Informa*", che rimanda a "*Provincianotizie*" (a cura dell'Ufficio Stampa), agenzia periodica di informazione. Allo stesso sito, è consultabile anche il trimestrale "*Fra Terra e Mare*", edito a cura della provincia di Livorno e delle Agenzie per il Turismo di Livorno e dell'Arcipelago Toscano. Del trimestrale sono consultabili il numero precedente a quello proposto nella pagina, ed i sommari dei numeri precedenti.

● **Provincia di LUCCA**

indirizzo Internet: <http://www.provincia.lucca.it>
Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 35

Popolazione 375.496

Superficie Km² 1.772

Densità/Popolazione 212

Dalle pagine della provincia non è stato possibile collegarsi (vuoi per assenza di collegamento, vuoi per indisponibilità delle pagine al momento della richiesta di accesso) ai comuni di Borgo a Mozzano, Careggine, Castelnuovo G.na, Castiglione di G.na, Coreglia A., Fabbriche di Vallico, Fosciandoro, Galliciano, Giuncugnano, Massarosa, Minucciano, Molazzana, Montecarlo, Pescaglia, Pieve al Serchio, Pieve F., Seravezza, Sillano, Stazzema, Vagli Sotto, Vergemoli, Villa Basilica, Villa Collemantina, S. Romano in G.na. Dal sito del Comune di Barga è possibile collegarsi con *“Il Giornale di Barga”* (<http://www.giornaledibarga.it>), un mensile fondato nel 1949 (aut.n.38 Tribunale di Lucca del 6/6/1949) che porta il sottotitolo “Voce indipendente di unità ideale con i Barghigiani all’Estero”.

● **Provincia di MASSA CARRARA**

indirizzo Internet: <http://www.provincia.ms.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 17

Popolazione 200.267

Superficie Km² 1.156

Densità/Popolazione 173

La rete civica del comune di Massa è collegata alle pagine della Comunità Montana della Lunigiana. La Comunità Montana della Lunigiana offre una mappa che consente il collegamento diretto ai comuni. Molti comuni hanno l’Home Page identica, perché hanno utilizzato lo stesso server Web . Non è stato possibile il collegamento con il comune di Villafranca L.na. Un altro indirizzo che consente l’accesso alle città della lunigiana è <http://www.massacarrara.net> Su nessuna delle pagine visitate sono state rilevate testate di periodici on line.

● **Provincia di PISA**

indirizzo Internet: <http://www.provincia.pisa.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 39

Popolazione 384.957

Superficie Km² 2.448

Densità/Popolazione 157

Alla rete civica di Pisa e Provincia sono collegati i comuni di Pisa, San Giuliano, Vecchiano, Volterra e Cascina. Su nessuno di essi sono state rilevate testate di periodici on line .

● Provincia di PISTOIA

indirizzo Internet: <http://www.provincia.pistoia.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 22

Popolazione 267.367

Superficie Km² 965

Densità/Popolazione 277

Alla rete civica di Pistoia e Provincia è stato possibile collegarsi ai comuni di Pistoia, Abetone, Agliana, Buggiano, Larciano, Massa e Cozzile, Monsummano Terme, Montale, Montecatini Terme, Serravalle P.se. Dal sito del comune di Montale (<http://www.comune.montale.pt.it>) sono consultabili due numeri (maggio e ottobre 2000) del periodico “*Montale informa*”, numero speciale spedito alle famiglie residenti nel comune di Montale/ supplemento a “*Settegiorni/Pistoia*” (reg. Tribunale Pistoia n.365 del 25.3.88). Il comune di Serravalle P.se propone i numeri 1/giugno 2000 e 2//dicembre 2000 di “*Serravalle Informa*”, notiziario dell’amministrazione comunale consultabile in formato PDF.

● Provincia di PRATO

indirizzo Internet: <http://www.provincia.prato.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 7

Popolazione 222.869

Superficie Km² 365

Densità/Popolazione 615

Alla rete della provincia non sono collegati i comuni di Cantagallo e Poggio a Caiano. Nei rimanenti comuni non abbiamo rilevato testate di periodici *on line*.

● Provincia di SIENA

indirizzo Internet: <http://www.provincia.siena.it>

Statistiche Territoriali (dati al 31.12.1997)

n. Comuni 36

Popolazione 251.892

Superficie Km² 3.821

Densità/Popolazione 66

Sulle pagine dell'amministrazione provinciale di Siena compare un elenco riassuntivo di tutti i comuni del comprensorio provinciale con relativi indirizzi, nominativi dei sindaci ed assessori, indirizzi di posta elettronica e, ove esiste, l'indirizzo Internet. Il comune di Asciano (<http://www.asciano-siena.com>) ha il sito in "fase di allestimento"; è stato impossibile il collegamento con il comune di Buonconvento (<http://www.ftbcc.it/buonconvento>), con il comune di Chianciano Terme (<http://www.comune.chianciano-terme.siena.it>) e con il comune di San Casciano Bagni (<http://www.ftbcc.it/scb>). Sul sito del comune di Pienza (<http://www.comunepienza.toscana.nu>) è visibile il numero 38 di "*Notizie dal Consiglio Comunale*", datato giugno/ottobre 1999, che, come recita il sottotitolo, viene spedito in abbonamento postale.

Finiro di stampare in Italia
presso la Pacini Editore Industrie Grafiche, Ospedaletto (Pisa)
nel mese di novembre 2004
per conto di Edifir - Edizioni Firenze