

SE 2/2025

Sistema
editoria

rivista internazionale
di studi sulla contemporaneità

Ledizioni 

Il presente numero è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento Culture e Civiltà dell'Università degli Studi di Verona.



*Sistema editoria. Rivista internazionale di studi sulla contemporaneità/
Publishing Eco-system: International Journal of Publishing Studies*

Direzione

Federica Formiga (Università di Verona)

Comitato Scientifico

Piero Attanasio (AIE), Edoardo Barbieri (Università Cattolica del Sacro Cuore), Liam Benison (Università degli Studi di Verona), Andrea Capaccioni (Università degli Studi di Perugia), Roberta Cesana (Università degli Studi di Milano), Angela Di Biaso (EmmeLibri - Gruppo Messaggerie), Filippo Fonio (Université Grenoble Alpes), Paolo Jedlowski (Università della Calabria), Irene Piazzoni (Università degli Studi di Milano), Daniela Preite (Università degli Studi di Milano), Elena Ranfa (Università degli Studi di Verona), Gino Roncaglia (Università Roma Tre), Lluís Agustí Ruiz (Universidad de Barcelona), Antonello Eugenio Scorcu (Università degli Studi di Bologna), Fabio Vitali (Università degli Studi di Bologna), Maurizio Vivarelli (Università degli Studi di Torino), María Olivera Zaldú (Universidad de Madrid)

Comitato Redazionale

Davide Martini (Università degli Studi di Verona), Gianluca Lanfranchi (Università degli Studi di Bologna), Arianna Leonetti (Università Cattolica del Sacro Cuore), Marco Francalanci (Universidad de Alcalá), Elena Ranfa (Università di Roma Tre), Pietro Segreto (Università Roma Tor Vergata)

Contatti: redazione@sistemaeditoria.it

Per sottoporre un articolo:

<https://www.ledipublishing.com/ojs/index.php/sistemaeditoria/about/submissions>

Ledizioni-Ledipublishing

Via Boselli 10 – 20136 – Milano

www.ledizioni.it

info@ledizioni.it

Tel: 02 45071824

Indice

Presentazione <i>Federica Formiga</i>	7
Book Price Dynamics, Publication Date, and Concentration in the Italian Book Market. A Descriptive Exploration of the Italian and Foreign Fiction Books, 2022-2025 <i>Antonello E. Scorcù</i>	11
AI and the Book Value Chain. Do We Need a New Concept of the Core of (Quality) Publishing? <i>Christoph Bläsi</i>	31
Dareste le chiavi di casa a un LLM? <i>Stefano Ferilli</i>	49
Come leggiamo nell'infinito ipertestuale? <i>Alessandra Venanzi</i>	67
Riproporre i classici: le collane di adattamenti per bambini e ragazzi nel panorama editoriale attuale <i>Federica Gianelli</i>	87
Gino Roncaglia, <i>L'architetto e l'oracolo: forme digitali del sapere</i> da Wikipedia a ChatGPT, Roma-Bari: Laterza, 2023 <i>Recensione di Andrea Capaccioni</i>	123

Arnaldo Benini, *Tiro sassi alla finestra di Hitler. I messaggi radiofonici di Thomas Mann in esilio (1940-1945)*, Roma: Salerno editrice, 2025 127

Recensione di Federica Bertagna

Fulvio Julita, *Scrivere con l'AI. Come unire intelligenza artificiale, strategia e creatività*, Milano: Hoepli, 2025 131

Recensione di Davide Martini

Presentazione

Federica Formiga

Arrivare al secondo numero del terzo volume di una rivista scientifica significa aver iniziato a delinearne una linea editoriale, ma soprattutto aver aperto un confronto su numerosi aspetti legati al mondo dell'editoria contemporanea. Quest'ultima è in continuo movimento: i cambiamenti non sono sempre rapidi, ma risultano inevitabili poiché le dinamiche del mercato della produzione e quelle dei lettori spingono in tale direzione. L'intento è quello di registrare ciò che accade, soffermandoci però su specifici nodi tematici o assumendo determinati punti di vista.

Ecco, quindi, un articolo di un Antonello Eugenio Scorcu, dell'Università di Bologna, che si è occupato delle dinamiche dei prezzi dei libri attraverso un'analisi descrittiva della narrativa italiana e straniera nel triennio 2022-2025. Il saggio esamina, con riferimento al mercato italiano, l'evoluzione recente del prezzo medio, della data di pubblicazione e della concentrazione delle vendite dei libri di narrativa italiana e straniera. Nel periodo considerato, il prezzo medio è rimasto pressoché costante in termini nominali, mentre quello dei cento libri più letti di narrativa straniera risulta leggermente modificato rispetto alla narrativa italiana. L'articolo evidenzia se e dove si siano registrate variazioni, prendendo in esame l'età media dei volumi, calcolata come la differenza tra l'ingresso nella classifica mensile e la data di pubblicazione.

Un altro tema centrale per l'editoria contemporanea, non solo italiana, è quello dell'intelligenza artificiale. A questo argomento è dedicato l'articolo di Christoph Bläsi, dell'Università di Magonza, che riflette su quali compiti possano essere affidati agli algoritmi – dalla scrittura dei testi all'ideazione di campagne di marketing – e su quali ambiti resti invece imprescindibile l'intervento umano. Qual è il nuovo nucleo dell'editoria? Come può essere descritto il sistema editoriale nell'era dell'IA? Il contributo alimenta il dibattito sul ruolo dell'intelligenza

artificiale nell'editoria, partendo dal presupposto che essa non sia in grado di svolgere in modo soddisfacente tutte le funzioni. Su questa base, l'autore propone una concettualizzazione dei flussi di lavoro “human-in-the-loop”, già osservabili o destinati a diventare sempre più centrali.

Sempre sul tema dell'AI si colloca il contributo di Stefano Ferilli, dell'Università di Bari. Nonostante la loro lunga storia e la varietà di approssimi, l'Intelligenza Artificiale e il *Machine Learning* sono oggi spesso identificati, nel linguaggio comune, con i *Large Language Models* (LLM) e il *Deep Learning*. La diffusione capillare di tali tecnologie ha reso l'AI ampiamente accessibile e familiare. Il contributo inquadra in particolare gli LLM nella storia generale dell'IA, ne evidenzia le limitazioni, discute alcune questioni etiche da essi sollevate e sostiene la necessità di un atteggiamento più equilibrato, volto a trarre il massimo vantaggio dal loro utilizzo, per “dargli le chiavi di casa” in modo consapevole.

La rivista, come di consueto, ospita contributi di giovanissimi studiosi e neolaureati. In questo numero è stato dato spazio ad Alessandra Venanzi, che si interroga su come leggiamo nell'infinito ipertestuale, cercando di comprendere quali percorsi individuali compia il lettore nell'ampliamento testuale e quali motivazioni spingano l'iperlettore all'iperlettura. Il nucleo dell'indagine, sviluppato nel contesto della tesi di laurea, si concentra sull'analisi delle pratiche di lettura aumentata e sulle loro motivazioni.

Ad Alessandra si affianca Federica Gianelli, che analizza il fenomeno ormai consolidato degli adattamenti dei grandi classici della letteratura nell'editoria per ragazzi, con l'obiettivo di renderli accessibili a un pubblico di giovanissimi. Tali riscritture favoriscono l'accesso alle opere culturali e valorizzano il lavoro degli editori impegnati nell'adeguamento dei testi alle esigenze cognitive ed emotive dei piccoli lettori di oggi. Le sfide legate al mutamento delle capacità di comprensione del testo e di concentrazione hanno spinto gli editori a introdurre elementi grafici e paratestuali, rendendo le opere più coinvolgenti e alleggerendone stile e tematiche. Un ruolo rilevante è infine attribuito agli autori, che possono scegliere di rimanere fedeli al testo originale oppure lasciarsi liberamente ispirare per costruire opere young adult. L'intervento propone alcuni esempi esemplari tratti dalle più importanti case editrici italiane.

A chiudere il numero sono presenti tre recensioni: una dedicata a un saggio sull'intelligenza artificiale e il suo sviluppo, un'altra a un recente

Presentazione

manuale che affronta apertamente la trasformazione del processo di scrittura nell'èra dell'IA generativa. Infine, nello spazio recensioni si è scelto di raccontare un mezzo di comunicazione diverso dal libro, cioè la radio, principale mezzo di comunicazione utilizzato da Thomas Mann tra il 1940 e il 1945 per lanciare messaggi al popolo tedesco dalla BBC di Londra.

Book Price Dynamics, Publication Date, and Concentration in the Italian Book Market. A Descriptive Exploration of the Italian and Foreign Fiction Books, 2022-2025

Antonello E. Scorcù

Abstract

This paper examines some characteristics of the Italian book market. Monthly data published by *Il Giornale della Libreria*, using *NielsenIQ BookData*, offers a detailed and timely analysis of the 100 best-selling books in the main market segments. Our analysis focuses on Italian and foreign fiction and evaluates the recent dynamics of price, publication date, and sales concentration from January 2022 to August 2025. Over this period, the average price of the 100 most-read Italian and foreign fiction books remained virtually constant in nominal terms, with some seasonal fluctuations. The average price of foreign fiction books is slightly higher than the average price of Italian fiction books. In both segments, the average age of the 100 best-selling books (calculated as the difference between the entry date in the monthly ranking and the publication date) remains virtually constant over the period examined. The age of foreign fiction books is higher than that of Italian fiction books. Temporary variations are also observed, with age decreasing in the last quarter of the year. Finally, the concentration of sales does not reveal any significant pattern.

Keywords: Italian Book Market; Italian Fiction; Sales Concentration.

Il saggio esamina alcune caratteristiche del mercato librario italiano utilizzando i dati pubblicati mensilmente dal *Giornale della Libreria* su fonte *NielsenIQ BookData* sui 100 libri più venduti nei principali segmenti del mercato. L'indagine si focalizza sui segmenti della narrativa italiana e straniera, esaminando la dinamica del prezzo medio, della data di pubblicazione e della concentrazione delle vendite dal gennaio 2022 all'agosto 2025. Nel periodo esaminato il prezzo medio dei libri di narrativa

italiana e straniera è rimasto pressoché costante in termini nominali, pur con alcune fluttuazioni stagionali. Il prezzo medio dei 100 libri più letti di narrativa straniera è di poco superiore a quello della narrativa italiana. Su entrambi i segmenti, l'età media dei 100 libri più venduti (espressa dalla differenza tra l'entrata nella classifica mensile e la data di pubblicazione) rimane pressoché costante nel periodo in esame. Anche in questo caso si rilevano temporanee variazioni, con l'età media di pubblicazione che si riduce nell'ultimo trimestre dell'anno. L'età media dei libri di narrativa straniera è inoltre più elevata di quella dei libri di narrativa italiana. La concentrazione delle vendite, infine, non evidenzia alcun pattern significativo.

Parole chiave: mercato librario italiano; narrativa italiana; concentrazione delle vendite.

1. Introduction

In the book markets, the COVID-19 pandemic has dramatically increased the weight of the online channel, and the development of enhanced product differentiation strategies pursued by brick-and-mortar bookshops. Online bookshops have a large share of the market because of the widespread exploitation of economies of scale and of the almost costless capacity to target customers, allowed by the availability of detailed information about their preferences and attitudes. Still, online channels often remain distant from some readers' needs and desires. Crucially, physical stores always allow potential customers an immediate evaluation of the books they are interested in. In this perspective, independent libraries, often with limited financial capacity, can develop more easily a direct contact with customers, provide targeted advice to loyal readers, and specialize in specific market niches, whereas book-store chains often rely more on the sale of bestsellers. Each market segment, with its peculiarities, weaknesses, and strengths, requires continuous, accurate monitoring and detailed information on the current and expected market trends. In fact, perhaps even more than other markets, a sound understanding of salient, but sometimes elusive, features is needed: a timely knowledge of market developments constitutes a crucial ingredient of a bookshop promotion and sales strategy - a necessary condition for successful competition.

Available information on the book publishing industry usually focuses on top sales. For obvious reasons, detailed information on the sales of books belonging to the long tail, possibly relevant to a specific bookstore, is of limited relevance to the rest of the market. In fact, accurate information about these niches can be retrieved directly at lower cost and processed more efficiently by interested parties. Also, some readers are interested in sales rankings, as conformism is known to be an important ingredient in the consumer choice process (Bernheim, 1994; Mollemans et al., 2013).¹

Usually, published high-frequency data provides up-to-date information on top sales. However, these data can also be used to develop a medium-run analysis, aimed at identifying some structural features of the market.

In this paper, we analyze the top sales segment of the Italian fiction book market in the period 2022-2025, distinguishing between Italian and foreign authors. The paper focuses on some of the characteristics that can be retrieved from a peculiar dataset - the dynamics of the average price, the publishing date, and the sales concentration of the 100 most popular books at monthly frequency.

The empirical evidence suggests that the average price, in current values, of the top 100 sales remains nearly constant during the 46 monthly surveys considered. Within each year, the average price tends to increase in the last quarter. A similar cyclical pattern emerges from the analysis of the publication date. The average publishing date is closely in line with the flow of time, as top books do not age. However, in the last quarter of the year, the share of more recently published books increases, and their age diminishes. On average, Foreign Fiction books are slightly more expensive than Italian Fiction books and more than one year older, in terms of publication date. On the contrary, the concentration of sales does not exhibit any neat trend, particularly in the Foreign Fiction case, and there is no clear seasonal pattern.

1 Cfr. B. Douglas Bernheim, *A Theory of Conformity*, «Journal of Political Economy», 102 (1994), 5, pp. 841-877, <<https://doi.org/10.1086/261957>> and Lucas Molleman - Ido Pen - Franz J. Weissing, *Effects of Conformism on the Cultural Evolution of Social Behavior*, «PLoS ONE», 8 (2013), 7, <<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0068153>>.

2. The NielsenIQ BookData - *Il Giornale della Libreria* data set

In Italy, surveys on top sales rankings have a long tradition. As early as the 90s, the research institute *Demoskopea* recorded all books that sold at least 600 copies, at a bi-monthly level.² More recently, starting on January 2022, *Il Giornale della Libreria* published the top 100 books sold every four weeks and, from 2024, at a monthly frequency, relying on data provided by Nielsen BookScan, up to 2023, and *NielsenIQ BookData* thereafter. These rankings are computed for the Italian book market, and for several specific segments – Non-fiction, Kids and Adolescents, Manuals, Comics, Italian Fiction, and Foreign Fiction.

This paper analyzes some of the main characteristics of the latter two segments of the market, the most important ones. As explicitly stated in the presentation of the rankings by *Il Giornale della Libreria*, the Italian and Foreign Fiction segments comprise novels, adventure, fantasy, sci-fi and romance books, detective and spy stories, thriller and horror books, young adult books as well as poetry, theater, travel reports, and ‘true stories’ written by Italian and Foreign authors, respectively.

In a limited number of cases, allocating a book to one of these segments is not straightforward. A few authors use pseudonyms, and an Italian author who adopts a foreign-looking name could be erroneously included in the Foreign Fiction. In other cases, the same book could be classified in the kids group or in the Italian or Foreign fiction segment, if included in the Young Adult group.

Top 100 rankings are available every four weeks from January 2022 to mid-June 2024, resulting in 13 rankings per year, and monthly from July 2024. For each segment, the dataset consists of 46 rankings ranging from 1 (the top seller in the month) to 100. For each book, the dataset provides title, author, publisher, book series, and, if available, ISBN, publishing date, posted price, as well as a sales index.³ More precisely, the absolute number of copies sold is not published for commercial reasons. Hence, for each period, the sales index of the best-selling book is normalized to 100, and the sales of the other books are adjusted accordingly. This normalization does not preclude, however, the evaluation of

² Edoardo Gaffeo - Laura Vici - Antonello E. Scorcu, *Demand Distribution Dynamics in Creative Industries. The Market for Books in Italy*, «Information Economics and Policy», 20 (2008), 3, pp. 257-268.

³ The Foreign Fiction rankings include books in Italian or foreign languages by Italian or foreign publishers.

three salient characteristics of the market: the average price, the average publication date, and the degree of market concentration.

Relying on the book ISBN code, all major sales channels are considered by the survey: brick-and-mortar bookshops, both chain stores and independent ventures, online shops, and non-specialized sellers, like the supermarkets' book departments. Other less important channels are not considered - news kiosks, stores in fairs, temporary events, or specialized stores, like the comic bookshops. Likewise, bundling sales is not considered, as splitting a single sale and a single price between two or more goods would be arbitrary.

3. Some stylized facts about the Italian and Foreign Fiction book market

3.1 - The average price of the top 100 Italian and Foreign Fiction books

After a significant increase in sales during the Covid-19 pandemic, in the last years, the share of those who have read at least one book in the previous 12 months fluctuates around 40% (ISTAT, 2025), and the most recent figures suggest a further weakening of the reading propensity (AIE, 2025).⁴ Whereas reading propensity is driven primarily by the formation of reading habits (or lack thereof) and by education levels, an additional often-cited reason for the narrowness of the Italian market is the alleged high price of books.⁵

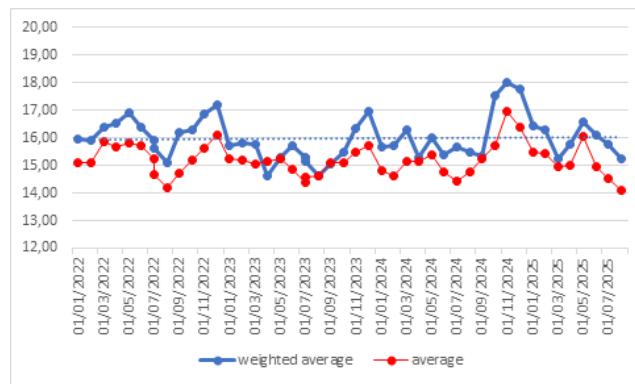
However, as shown in Figure 1, in 2022-2025, possibly because of the successful exploitation of several cost-saving technological advancements, Italian publishers have kept constant in monetary terms the

4 Cf. ISTAT, *La lettura in Italia*, Rome: ISTAT, various issues; AIE, *Il mercato del libro in Italia nei primi mesi del 2025*, (2025), <<https://www.aie.it/Cosafacciamo/Studiericerche/Videopresentazionideidati.aspx>>; and Ufficio Studi AIE, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia* Rome: AIE, 2025.

5 Another crucial effect is given by the gender distribution, as a well-known stylized fact is that females are more avid readers than males as pointed out by Sara Suárez-Fernández and David Boto-García, *Unraveling the effect of extrinsic reading on reading with intrinsic motivation*, «Journal of Cultural Economics», 43 (2019), pp. 579-605 <<https://doi.org/10.1007/s10824-019-09361-4>>. However, while the male-female distribution is almost fixed and exogenous, the gender differences in book reading propensity can be exploited by targeting the book publishing, for example, comics for male readers and romance for female readers.

sales-weighted average price of the top-selling books and, in particular, the prices of the top and newly published ones, as will be shown later. Except for the last three months of 2024, the sales-weighted average price of the top 100 Italian fiction books fluctuates between 15 and 17 euros. As the overall domestic inflation rate in the period under scrutiny has been relatively high (8,1% in 2022, 5,3% in 2023, 1% in 2024, and a provisional 1,7% in 2025), the book price in real terms has fallen significantly.

Figure 1 - Average price of the Italian Fiction books, top 100 sales. Italy, 2022-2025 (euros, current values)



Note: in the period January 2022-June 2024, the sales-weighted prices are computed at the 4-week interval. From July 2024, sales-weighted average prices are computed monthly. For 2025, data ends in August.

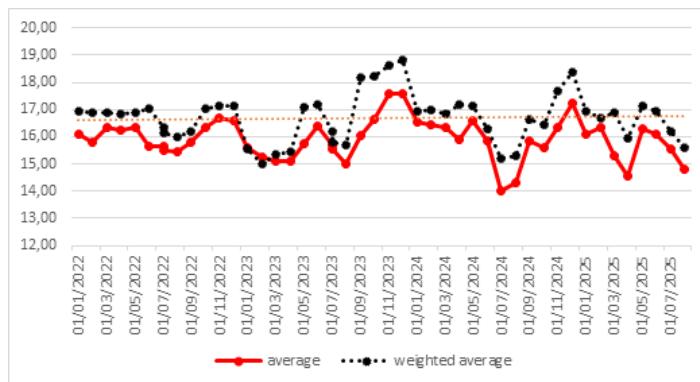
The unweighted average price follows a similar pattern but is almost always below the weighted average price. This means that, among the top 100 books, those that rank high are more expensive, possibly because of the publishers' marketing efforts and/or the lower price elasticity of demand.

Another noteworthy characteristic is the seasonality of the average price. Each year, during the summer (and in line with the peak in the demand for books to be read during the holidays, often in paperback format), the average price drops. This trend is then reversed (and the average price peaks) in the fall, in line with an increasing demand for books in the Christmas period, possibly linked to the higher share of

the hardback format sales. A secondary, and less pronounced, peak also emerges in the spring (often in May), just before the above-mentioned summer fall. Only in the fall of 2024 did the average prices reach 18 euros, with an increase of 1,5 euros in one month (above 10% of the initial average posted price). However, these increases were quickly and completely reversed.

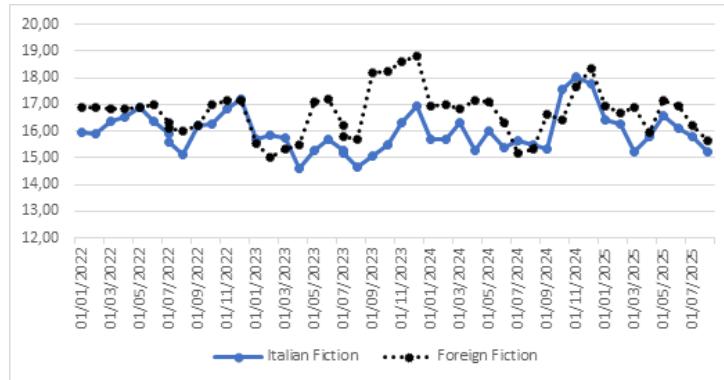
The dynamics of the average price of the Foreign Fiction segment share several of the features already discussed for the Italian Fiction segment. The weighted and unweighted average prices do not exhibit any significant trend. Similarly, the weighted prices are almost always above the corresponding values of the unweighted prices. Two differences emerge neatly. First, for the Foreign Fiction books, the grand average of the 46 sales-weighted average prices is equal to 16,67 euros, whereas the corresponding value for the Italian Fiction books is 15,93 euros. Hence, foreign authors are sold at a nearly 5% premium. The overall time variability of the two segments shows a moderate difference: the coefficient of variation is 0.053 in the former segment and 0.048 in the latter case, with the average price of the Foreign Fiction book 12% more volatile than the Italian fiction books.

Figure 2 - Average price of the Foreign Fiction books, top 100 sales. Italy, 2022-2025 (euros, current values)



Note: in the period January 2022-June 2024, the sales-weighted prices are computed at the 4-week interval. From July 2024, sales-weighted average prices are computed monthly. For 2025, data ends in August.

Figure 3 - Weighted average price of the Italian and Foreign Fiction books, top 100 sales. Italy, 2022-2025 (euros, current values)



Note: in the period January 2022-June 2024, the sales-weighted prices are computed at the 4-week interval. From July 2024, sales-weighted average prices are computed monthly. For 2025, data ends in August.

A direct comparison between the two segments is shown in Figure 3, which highlights the similar dynamics in the series, a result supported also by the correlation coefficient, equal to +0.4708, significant at the 1% critical level. Overall, the similar dynamics detected for both price series suggest the existence of a single driver and the emergence of common features in both segments.

Some minor differences between the two segments emerge in the cyclical fluctuations of the prices. In 2022, Foreign Fiction books did not exhibit any upward trend during the fourth quarter. The only discernible fluctuation is the downward trend during summer. In the period 2023-2025, Foreign Fiction price fluctuations are in line with those already detected in the Italian Fiction segment: after a drop during the summer, prices peak in December. In 2023 and 2025, still in line with the Italian Fiction, a significant price drop has been observed also in the first months of the year.

Two descriptive regressions can provide a more formal description of the price behavior. Table 1 shows a simple dynamic specification in which the current sale-weighted price level is regressed against its one-period lagged value and four seasonal dummies. The first quarter of the year is the base period. The regressions for the Italian Fiction and the Foreign Fiction segments are displayed in columns 1 and 2, respectively. Unsurprisingly, the results are similar for the two segments. Even

in this basic specification, the explanatory power of the regressions is not negligible, as the R2 index is 0.60 for Italian Fiction and 0.55 for Foreign Fiction.

*Table 1 – Book price dynamics in the Italian and Foreign Fiction markets.
Italy, 2022-2025*

	(1)	(2)
Dependent variable	Italian Fiction sales-weighted book average price	Foreign Fiction sales-weighted book average price
IF_sales-weighted book average price (-1)	0.396** (3.55)	
FF_sales-weighted book average price (-1)		0.423** (3.42)
2 nd quarter	0.119 (0.55)	0.448 (1.66)
3 rd quarter	-0.209 (-0.93)	-0.0103 (-0.04)
4 th quarter	0.998*** (4.37)	1.098*** (3.76)
Constant	9.464*** (5.17)	9.272*** (4.40)
N. observations	45	45
R2	0.605	0.542
Log-likelihood	-30.66	-41.04
F(4,40)	15.30	11.84
p-value	0.000	0.000

*Notes: Dependent variable: sales-weighted average book price. Prices are expressed in Euro, current values. z-statistics in parentheses; * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001. For 2025, the data ends in August.*

As expected, the average price dynamics is positively and significantly autocorrelated, and the estimated coefficient of the one-period lag is in both regressions near 0.4. In the second quarter of the year, prices tend to rise, but this effect is reversed in the third quarter, as already suggested by the visual inspection of Figures 1 and 2. However, the positive (2nd quarter) and negative (3rd quarter) seasonal effects are estimated rather imprecisely. A sizeable upward price adjustment emerges neatly only in the 4th quarter of the year. The inclusion of a time trend (not shown) or of further lags of the dependent variable does not exert any statistically significant effect, possibly because of the low number of degrees of freedom in the regressions. In the time series framework, the presence of autocorrelated residuals could be a point of concern in the model specification. To evaluate this issue, we compute Durbin's h-statistics and the Breusch-Godfrey (BG) tests. For both regressions, both tests do not reject, at the usual statistically significant critical values, the null hypothesis of lack of serial correlation. More precisely, for the IF regression, the h-statistic is 0.569 (p-value 0.4505) and the BG test is equal to 0.648 (p-value 0.4210), whereas for the FF regressions the corresponding values are, respectively, 1.434 (p-value 0.2311) and 1.592 (p-value 0.2064).

3.2 - The publishing date of the top 100 Italian and Foreign Fiction books

Another piece of information that can be retrieved from the dataset concerns the publishing date of the top 100 books. Two slightly different measures are presented in Figure 4: for each survey, on the horizontal axis, we indicate the (mid-interval) day of the survey and, on the vertical axis, the average day of publication of the sales-weighted, or unweighted, books. The two measures are quite similar, with the former series always higher than the latter, indicating that, among the top sellers, the books that rank particularly high are also those published more recently. In other words, the most remarkable editorial successes also have an accelerated life-cycle, peaking earlier than the books in the lower part of the ranking.

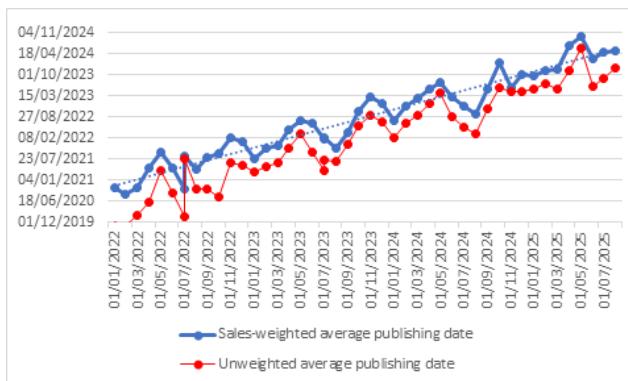
The average publishing date increases in line with the date of release of the survey: the first survey refers to 16 January 2022, whereas the corresponding (sales-weighted) average date of publishing of the books included in the ranking is 19 October 2020, with a 454-day delay

between the two dates. The corresponding figures for the last available survey are, respectively, 16 August 2025 for the survey and 12 May 2024 for the average publishing date, with a delay of 460 days. Hence, while no information is available about the age of the books included in the *long tail* of the market, this almost complete constancy of the delay suggests that the top 100 books never age.

A seasonal pattern also emerges neatly in the case of the publishing date. Publishing dates tend to increase above trend twice a year, typically in May and November, in association with the temporary increases in the average price. This result is not surprising, as we expect that more recently published books also have higher prices.

Similar features also characterize the Foreign Fiction segment, as shown in Figure 5. However, the average delay between the date of release of the survey and the average publication date is longer for the Foreign Fiction segment. For the unweighted publishing date, we computed 1,181 days of delay, whereas the corresponding figure for the Italian Fiction markets is 626 days - an 88% increase. In the case of sales-weighted publishing date, the delay is lower in both segments, 931 and 432 days, respectively, but in relative terms, the difference between the two segments increases to 116%.

Figure 4 - Average publishing date of the Italian Fiction books, top 100 sales.
Italy, 2022-2025



Also, in the case of Foreign Fiction, the seasonal pattern is similar to the one discussed above. The sales-weighted publishing date peaks twice a year, in spring and fall, usually in May and November, in line with the price fluctuations. The visual inspection suggests that troughs emerge in January or February and in July and August, again in line with the price fluctuations. The unweighted publishing date follows an analogous pattern.

*Figure 5 - Average publishing date of the Foreign Fiction books, top 100 sales.
Italy, 2022-2025*

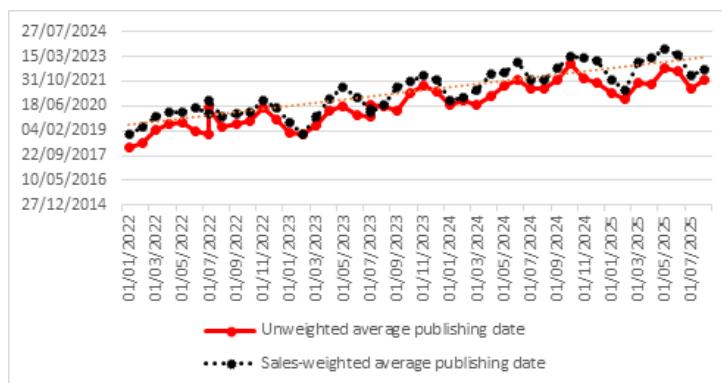
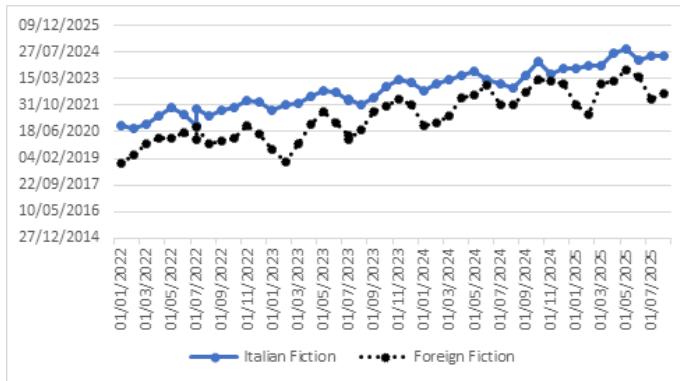


Figure 6 provides a direct comparison between the sales-weighted publishing dates for the Italian and Foreign Fiction segments. Again, the two series exhibit a high degree of conformity. The relative degree of volatility in the publishing date, measured by the coefficient of variation, is 0,009 for Italian Fiction and 0,011 for Foreign Fiction, 17% higher in the latter segment. Overall, the life cycle is longer and slightly more volatile in the Foreign Fiction market than in the Italian Fiction market. However, these differences are of limited relevance: the 4-year dynamics are quite similar, as the correlation coefficient between the two series is large and positive (+0.9037) and significant at the 1% critical level.

Figure 6 - Average publishing date of the Italian and the Foreign Fiction books, top 100 sales. Italy, 2022-2025



Note: both series refer to the sales-weighted average date of publication.

In Table 2, in line with the previous discussion, a simple econometric exercise has been performed for the publishing date of the Italian Fiction market (column 1) and the Foreign Fiction market (column 2). As the visual inspection of the series suggests the existence of a strong positive time trend, this term has been included in the regressions. Lagged values of dependent variables do not exert a significant influence and were excluded. A seasonal pattern has been superimposed on the time trend. The empirical evidence provides a rough picture of the dynamics of the publishing date. The share of more recently published books shows a statistically significant increase in the second and fourth quarters of the year, whereas in the summer no seasonal effect emerges in the Italian segment. An imprecisely estimated positive effect emerges instead in the Foreign Fiction segment. It is worth noticing that in the latter case, seasonal effects are more marked: in both the second and fourth quarters, the average publishing date for Foreign Fiction increases by more than 13 months, whereas for Italian Fiction the corresponding increase ranges between 116 and 144 days.

Given the overwhelming importance of the time trend, the R2 statistics are quite high for both regressions. For the Italian Fiction regression, both the Durbin-Watson (2.111) and the

Breusch-Godfrey (0.281) tests do not reject the null hypothesis of no serial autocorrelation. For the Foreign Fiction regression, the Durbin-Watson statistic is 1.512, below, but not far from the upper value of the test statistic (1.528). The Breusch-Godfrey test is 2.991, with a p-value of 0.0837. For both segments, we are inclined to dismiss the case of significant autocorrelation in the residuals, corroborating the overall reliability of the analysis.

Table 2 – Publishing date dynamics in the Italian and Foreign Fiction book markets. Italy, 2022-2025

	(1)	(2)
Dependent variable	IF_sales-weighted publishing date	FF_sales-weighted publishing date
Time trend	28.54*** (30.70)	29.15*** (16.09)
2 nd quarter	143.8*** (4.22)	399.0*** (6.00)
3 rd quarter	-43.24 (-1.29)	142.5* (2.19)
4 th quarter	115.5** (3.13)	395.2*** (5.50)
Constant	22151.1*** (711.86)	21463.1*** (353.91)
N. observations	46	46
R2	0.961	0.890
Log-likelihood	-266.0	-296.7
F(4,41)	252.9	82.77
p-value	0.000	0.000

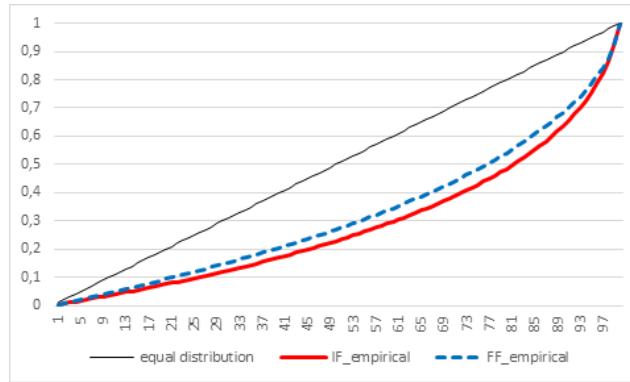
*Notes: Dependent variable: sales-weighted average publishing date; z-statistics in parentheses; * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001. For 2025, the data ends in August.*

3.3 - The concentration of sales of the top 100 Italian and Foreign Fiction books

The characteristics of the Nielsen-Il *Giornale della Libreria* database also allow the computation of a series of market concentration indexes. A well-known measure is the Gini index, which provides a numerical measure of concentration, and the Lorenz curve, which gives a graphical representation of the concentration. The theoretical minimum and maximum values of the Gini index are zero and one, respectively. In our case, the maximum value would be reached when only one book were sold in the market, while the minimum value would be reached if sales were evenly distributed among all books included in the top 100 ranking. In this purely theoretical case, all books would have the same market share, 1/100.

Two (time-averaged) Lorenz curves for the Italian and Foreign Fiction markets obtained by computing the average values of each centile across the 46 observations in the interval January 2022 – August 2025 are shown in Figure 7. The continuous line refers to the Italian Fiction market, whereas the dashed line refers to the Foreign Fiction market. The thin straight line depicts the equal distribution case. The Gini index is given by the area between the equal distribution line and the Lorenz curve. The Lorenz curve for the Foreign Fiction market is closer to the straight line than the Italian Fiction market curve. Hence, the former market is slightly less concentrated than the latter. While there are no immediate a priori reasons that can explain this finding, one might speculate that publishers tend to translate books with significant chances of success, leveling the risk downwards, and inducing a more even distribution of sales.

Figure. 7 - Lorenz curves for the Italian and Foreign Fiction book market, top 100 sales. Italy, 2022-2025

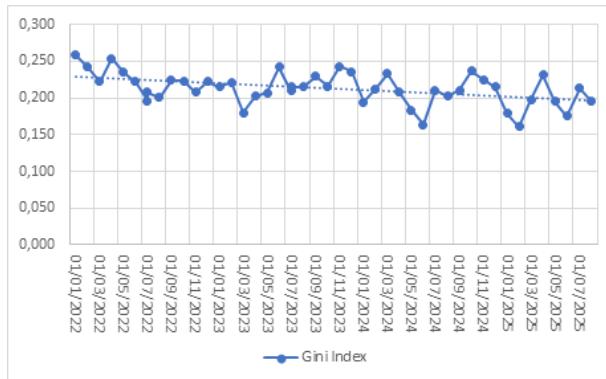


Note: each period, the top 100 books are ordered from the lowest to the highest normalized sales market share (ascending order). For each centile, the average normalized market share has been computed across the 46 observations of the period 2022-2025. Hence, having used the ascending order, the market share of the i^{th} centile is not lower than the market share of the $i-1^{\text{th}}$ centile, and the inclination of the Lorenz curve is not decreasing. These empirical centiles are used to compute the averaged Lorenz curve. The straight line indicates the theoretical equal distribution case, in which the market share of each book is 1/100.

In Figure 8, we show the 46 Gini indices computed for the Italian Fiction books over the interval January 2022 – August 2025. During this interval, the indices show a slight negative time trend, signaling a weak tendency toward a less concentrated market alongside some moderate fluctuations. Different from the findings of the previous sections, the visual inspection does not reveal any seasonal pattern.

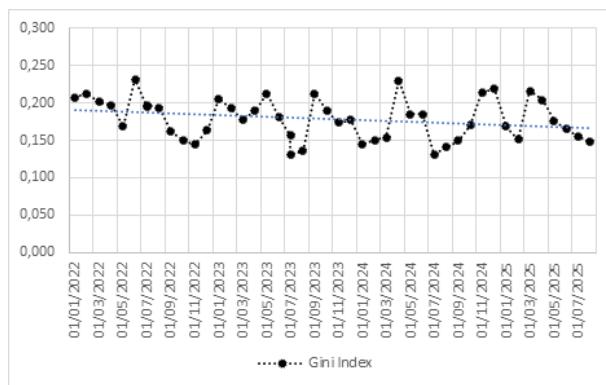
Similar considerations also hold for the Foreign Fiction market, shown in Figure 9. The concentration indices are, on average, lower than those computed for the Italian Fiction books. There is a weak negative time trend, and any seasonal pattern is not easy to detect. Moreover, the Italian and Foreign Fiction sales concentration indexes exhibit distinct patterns, as the correlation coefficient is positive, but not statistically significant even at the 10% critical level.

Figure 8 – Book sales concentration among the top 100 sales in the Italian Fiction books. Italy, 2022-2025



Note: for each ranking, having ordered the normalized book sales in ascending order, the market concentration is measured by the Gini index, the difference between the area below the equal distribution line and the area below the empirical distribution curve.

Figure 9 – Book sales concentration among the top 100 sales in the Foreign Fiction books. Italy, 2022-2025



Note: for each ranking, having ordered the normalized book sales in ascending order, each period, the market concentration is measured by the Gini index, the difference between the area below the equal distribution line and the area below the empirical distribution curve.

The suggestions drawn from the visual inspection are in line with the estimates presented in Table 3, in columns 1 and 2. The two concentration indexes have been regressed against a time trend and the set of four quarterly dummies. A negative time trend emerges, but its size is negligible, and the estimated coefficient is significant only for the Italian Fiction book market. None of the quarterly dummies is statistically significant. Unsurprisingly, the explanatory power of the two regressions is low (R2 equal to 0.289 and 0.246, respectively).

Overall, the empirical investigation does not identify any clear long-run trend in the concentration indexes, nor any short-run seasonal pattern. Different from the average prices and the book publishing dates, the concentration indices are crucially driven by the emergence in a given period of one or more superstar and by the impact of these sales on the position of the other books included in the ranking. Possibly, a more meaningful picture could be drawn if the concentration measures were complemented with some additional information on the absolute size of the market.

Table 3 - Book sales concentration among the top 100 sales in the Italian Fiction books. Italy, 2022-2025

	(1)	(2)
Dependent variable	IF_Gini	FF_Gini
Time trend	-0.001** (-3.50)	-0.001 (-1.82)
2 nd quarter	0.00256 (0.32)	0.0134 (1.31)
3 rd quarter	0.00261 (0.34)	-0.0181 (-1.80)
4 th quarter	0.0178* (2.09)	-0.00220 (-0.20)
Constant	0.226*** (31.38)	0.193*** (20.53)
N. observations	46	46

R2	0.289	0.246
Log-likelihood	119.1	106.8
F(4,41)	4.161	3.348
p-value	0.006	0.018

4. Conclusion

This paper has developed an exploratory investigation into the price dynamics, publishing date, and degree of sales concentration that characterize the Italian and Foreign Fiction book markets in Italy for the period January 2022 - August 2025. We draw on the *NielsenIQ BookData - Il Giornale della Libreria* dataset, which tracks at a monthly frequency the 100 top books, and compute the monthly series of the sales-weighted average price, the average publishing date, and the Gini concentration index for the two segments analyzed.

Differently to the commonly held view of rising prices of books, the analysis has shown the lack of any detectable time trend in the average price in both market segments. Quite the contrary, average book prices fell in real terms because of the positive inflation experienced during the period considered. At the same time, from the interplay between the publishers' promotional strategies and the types of books purchased by the public - for example, the share of paperbacks - a peculiar seasonal pattern emerges in the price dynamics, with a slight price reduction in the summer months and a more pronounced increase in the last quarter of the year.

The dynamic of the publication dates of the top 100 books (mainly new books, evaluated in terms of the ISBN, even if some new editions of classic and aged titles enter regularly in the rankings) closely tracks the price dynamics. In fact, there is a strong association between the increase in average price and the continuous rejuvenation of the average age of publication of the top 100 books. Also, a clear seasonal pattern emerges, with a peak in the last months of the year. Obviously, these fluctuations are superimposed on the time trend, so that the top 100 books never age over the 4-year interval considered.

Two structural features distinguish the Italian and Foreign Fiction markets. First, possibly because of the different product mix of the two markets, the average price of Foreign-authored books is always (even if

slightly) higher than the average price of the books of Italian-born authors. Second, the average time difference between the date of release of the survey and the average date of publication of the books is distinctly higher in the Foreign Fiction market. At the same time, the fluctuations of the two indicators considered have several common features.

On the contrary, the observed dynamic of the concentration indices is not amenable to an immediate interpretation. In both markets, the monthly Gini indices show a slight tendency to decrease over time, and no clear pattern emerges from the high-frequency fluctuations. In fact, concentration indexes are crucially influenced by the performance of the books included in the ranking, and additional information is required to develop a more consistent picture.

AI and the Book Value Chain. Do We Need a New Concept of the Core of (Quality) Publishing?

Christoph Bläsi

Abstract

AI systems can now be helpful in pretty much every stage of the publishing value chain, the application use cases range from writing blurbs, the use for predictive pricing all the way ‘back’ to the actual (co-)authoring of texts. This has analogies to the situation in the 1990s insofar, as early steps of digitization led to the irritating insight that elements that had been integral part of the essence of publishing (then e.g. printing on paper) were downgraded to contingencies. Thinking about this it becomes clear that the question what the constitutive elements of publishing are can already be asked concerning much earlier stages of book history, as will be shown with the help of a short introductory example. If algorithms can write texts, device marketing campaigns, etc., the current version of the question is: where, then, are humans (‘in-the-loop’) still indispensable, what is the new core of publishing, how can the system of publishing be described in the age of AI? This contribution will feed the discussion on what AI does to publishing and particularly to a convincing concept of publishing by discussing various thoughts on the essence of publishing and by postulating an irreducible core of publishing – irreducible not least in the sense that tasks in this core cannot be accomplished by algorithms in the general case or in a sufficient quality, respectively. Based on this, the contribution will propose a conceptualization of the ‘human-in-the-loop’ workflows around this core we have to expect and, in many cases, already see.

Keywords: AI; publishing; theory of publishing; postprint; cognitive assemblages; core of publishing.

I sistemi di intelligenza artificiale possono ora essere utili praticamente in ogni fase della catena del processo editoriale, con casi d’uso che vanno dalla scrittura di recensioni, all’uso per la determinazione predittiva dei prezzi, fino alla (co)autorialità dei testi stessi. Ciò presenta analogie con

la situazione degli anni '90, in quanto i primi passi della digitalizzazione hanno portato alla frustrante consapevolezza che elementi che erano stati parte integrante dell'essenza dell'editoria (allora, ad esempio, la stampa su carta) erano stati declassati a contingenze. Riflettendo su questo, diventa chiaro che la domanda su quali siano gli elementi costitutivi dell'editoria può essere posta già in relazione a fasi molto più remote della storia del libro, come verrà dimostrato con l'aiuto di un breve esempio introduttivo. Se gli algoritmi sono in grado di scrivere testi, ideare campagne di marketing, ecc., la versione attuale della domanda è: dove sono ancora indispensabili gli esseri umani (nel ciclo produttivo), qual è il nuovo nucleo dell'editoria, come si può descrivere il sistema editoriale nell'era dell'IA? Questo contributo alimenterà la discussione su ciò che l'IA fa all'editoria e in particolare a un concetto credibile di editoria, discutendo varie riflessioni sulla sua essenza e postulando un nucleo irriducibile dell'editoria, nel senso che i compiti di questo nucleo non possono essere svolti dagli algoritmi in generale o con una qualità sufficientemente elevata. Sulla base di ciò, il contributo proporrà una concettualizzazione dei flussi di lavoro dell'uomo, all'interno del ciclo produttivo, che gravitano attorno a questo nucleo, che dobbiamo aspettarci e che, in molti casi, già vediamo.

Parole chiave: IA; editoria; teoria dell'editoria; postprint; assemblaggi cognitivi; nucleo dell'editoria.

Introduction

In the discourse about AI in publishing the focus is not rarely on authoring, i.e. text generation, recently typically in the context of large language models. This is understandable and from what I can see also productive for the discourse. It is, however, also astonishing, since authoring, the writing of actual 'copy', is something that in the general case does not happen within publishing. But admittedly, the abilities needed for algorithmic text production are closely connected to those e.g. needed for text evaluation (e.g. for the quintessential gatekeeping), text transformation (e.g. for translation) and text improvement (e.g. for copy-editing). All these - and many other, e.g. bibliographic ones - do fulfil tasks that undeniably form part of the publishing value chain.

Nonetheless, there is a complementary idea to the approach mentioned, the one looks at AI in publishing from a text generation angle. This complementary idea is to start with a holistic, theory-based view of what publishing is; this is helpful for an assessment of what the use of AI

means for our understanding of publishing. Corresponding theories typically break down publishing into component processes; these can then, more systematically, be examined with respect to the question in how far they can be replaced or supported by – and; what kind of – AI systems.

The remainder of this contribution will use theoretical approaches to publishing to address the problem, what – particularly after the arrival of generative AI – the use of AI in publishing means for our understanding of what is its core. Moreover, I will – using thoughts by Bhaskar, Latour and Hayles – suggest a comprehensive model of publishing that can be brought in line with the insights gained during the argumentation. This model of publishing will be an actor network with cognitive assemblages. As an excursus, I will ponder about the need for human-in-the-loop approaches in publishing also from a pragmatic standpoint, based on a recent actual incident in scholarly publishing. Finally, I will present a few considerations about what can be done in the publishing industry to create an environment that in times of generative AI is sustainably prosperous for publishing as a decisive force for healthy rational, democratic knowledge societies.

*A selective journey through the mercurial history of publishing:
what is a constitutive part of publishing and what is not?*

It is true that the question if a certain execution connected to the emergence of books is (a constitutive) part of publishing (in a narrower sense of the word) or not can also sensibly be discussed for past epochs of publishing. To give evidence for that, I will focus on a few selected historical stages of publishing – with a conceptual and analytical mindset from current economics and management.

I will start with the question, if printing has been seen or can be seen, respectively, as a constitutive part of publishing in the early history of publishing and for the situation in Germany. The answer is: that depends. In the period of the Druckerverleger ('printer publishers' in the itinerant trade epoch, approx. 1450-1650), printing is (constitutive indeed, as the concept Druckerverleger suggests!) part of publishing – the main agents of the period are printers; it is the printers that look for material to be published and that organise the Europewide distribution. In the following period of the Verlegersortimenter ('publisher booksellers' in the barter trade epoch, approx. 1650-1850), printing in contrast is not part of publishing – the main agents are booksellers.

They exchange the books they have chosen for distribution and have had printed by printers as service providers at book fairs for books from other booksellers and then sell them at home.

In the period of conditional trading (from the late 18th century), printing is again not part of publishing; publishers have the books printed with (external) printing houses and sell them with the right to return and at discounts to booksellers. As the period of conditional trading goes on, however (from the late 19th century), at the time of what for Germany is also labelled the period of the second reading revolution (in which growing demand leads to a scarcity of reading material and of printing capacities) and also as a consequence of the professionalisation of publishing (including the control over the whole process from the manuscript to the tradeable book), printing gets (re-)integrated into publishing, is seen as a (if clearly distinguishable) part of it. From around the 1970s, still in the period of conditional trading, printing gets a commodity mainly selling on price, and is therefore, again, not part of publishing, but a task typically executed by external service providers, not rarely by way of offshoring to countries with e.g. lower wages, to order of publishers.

When finally, from around the mid-1990s, ‘electronic’ (as it was called at the time) or digital publishing developed as an exciting new part of the book industry (and was expected to become the dominating way of publishing within only a few years), print is not the output format without an alternative for book content any longer. The latter is true, even when in the 2020s digital publishing is, looked at across all segments, still by no means the dominating way books are produced and read. Since printing was still considered close to the concept of publishing up to this point, an early, informal version of deliberations that were triggered by the new situation was the witticism ‘we are not in the tree killing business, our focus is on content’, a whistling past the graveyard as it was frequently heard at 1990s book industry conferences and fairs. Printing after the appearance of digital publishing products obviously continued not to be seen as part of publishing – in fact, for a (slowly) growing part of the portfolio of publishers, it is not even an outsourced value contribution any longer.

We are now in a stage in which AI systems evaluate manuscripts, design and implement marketing campaigns, etc. and in which therefore the ‘we are not in the tree killing business’ witticism misses the point, it is neither enlightening nor even pithily funny anymore. For an

updated self-conception of publishing – if in the form of a catchy claim or not –, the question is, if we let us chase, as it were, by technological etc. developments and start considerations for every instance and for every new ‘era’, defensively defining withdrawal line after withdrawal line. What, following such lines, would be the next business publishers are allegedly not in? Or, if we rather, alternatively, can systematically outline what publishing is in its core and then specify in a theory-based manner which elements are irreducible (as far as can be seen at a given moment...). To have a handle, corresponding considerations would at least implicitly have to be based on the provision that what an algorithm can do really well and without considerable involvement of humans cannot be part of the irreducible core of publishing by ‘definition’, as it were. This provision has a normative component and is of course disputable – I will still stick to it for this contribution, nonetheless.

Systematic accounts of publishing, particularly current book publishing

To systematically capture what essentially happens in publishing, I take the work by Darnton and Janello as points of departure. Darnton postulates a communication circuit (of the book) in which publishing is situated between other top-level clusters of activities like printers (see above!) and shippers¹. Darnton does that on the basis of detailed research he did for the special conditions in the time of enlightenment in the border region between France and Switzerland, but with a far wider regional and temporal aspiration when it comes to its basic claims around the communication circuit of the book. Janello – referring to a current value chain-oriented way (from business studies) of looking at it as opposed to Darnton’s cultural history view that included also the flow of ideas – tries to identify in detail what publishers actually do². Janello’s corresponding account is based on an extensive Delphi study. According to this study what publishing houses do (at the time of the study: 2007) is the following:

- to discover content;

1 Robert Darnton, *What Is the History of Books?*, «Daedalus», 111 (Summer 1982), 3, pp. 65-83, cf. particularly p. 68.

2 Christoph Janello, *Wertschöpfung im digitalisierten Buchmarkt*, Wiesbaden: Springer Gabler, 2010.

- to evaluate and select content;
- to edit content;
- to bundle content;
- to finish content as a book in a database;
- to contribute (together with other printers [see above!]) to the printing of books, to prepare and keep in store eBooks (together with other players);
- to provide up-front financing;
- to engage in marketing and branding.

As an additional activity, trading and marketing rights were also part of the result of the Delphi study; for reasons of simplicity, however, I will not follow this up here because it is not connected to make a book available in its original form on its market of origin. As an aside, it can be mentioned that the German word for ‘publisher/publishing house’ is etymologically connected to the up-front financing task (‘Verleger/Verlag’), whereas the Italian term is connected to the editing of content (‘editore/casa editrice’).

Janello’s result has been derived using empirical methods – and for the situation in the early 2000s. Michael Bhaskar’s aspiration is higher: he wants to analyse what publishing is for all performances for which the English-language term ‘publishing’ is used; inspite of the completely different etymologies (as mentioned) what is referred to by ‘publishing’ in the English language is very close to what is referred to by the German words ‘verlegen / Verleger’ and the (not mutually related) Italian words ‘pubblicare / editore’; an example for the extension of published goods that works in all three languages would be ‘Spieleverleger / editore di giochi / games publisher’. Moreover, Bhaskar wants to cover all stages of the publishing history with his analysis. And he uses a predominantly hermeneutical approach to achieve this, rather than an empirical one. According to him, publishing is:

- to select contents [Michael Bhaskar calls this *filtering*];
- to give these contents the appropriate form (in a wide sense of the word) for dissemination: *framing* [...];
- to make – not least, but not only by framing – sure that the contents get widely disseminated: *amplification*³.

³ Michael Bhaskar, *The Content Machine. Towards a Theory of Publishing from the Printing Press to the Digital Network*, London: Anthem, 2013, cf. particularly pp. 103-136.

The context of publishing, including the motivations for wide(r) dissemination of content (e.g., but not necessarily commercial ones, they can also be pro bono) is formalised in Bhaskar's theory in the form of so-called *models*. An important insight is Bhaskar's statement that «[...] publishing is always economic, if not [necessarily, ndA] profit oriented»⁴. This is the reason for him to take the account of his models as the place to introduce the element of risk to publishing – economic risk is the most obvious instance, but there are also content-related risks. This wider notion of risk has its more hands-on or naïve equivalent in the constitutive up-front financing by publishers in other approaches. It is possible to juxtapose the accounts of Janello and Bhaskar on what is publishing without contradictions; this is how this would look like:

BHASKAR	JANELLO
filtering	<p>to discover content</p> <p>to evaluate and select content</p>
framing	<p><i>systematically missing</i>: decisions concerning the framing</p> <p>to edit content</p> <p>to bundle content</p> <p>to finish content as a book in a database (<i>very contemporary ...</i>)</p> <p>to contribute to the printing of books, to prepare and keep in store eBooks (together with other players) (<i>very contemporary ...</i>)</p>
amplification	<p>to engage in marketing and branding</p> <p>to trade and market rights</p>
models	to provide upfront financing

With filtering, framing and amplification (all, as mentioned, according to models) as the postulated key activities of publishing, Bhaskar, with immense effort and an impressive selection of analysis examples, presents evidence that these key activities do not only capture current

4 Michael Bhaskar, *The Content Machine*, Ivi, p. 138.

book publishing, but also other forms of publishing (e.g. games publishing) as well as all stages along the publishing history (at least from the times of Gutenberg on).

Bhaskar wonders, how publishing realising those key activities could be described as an overall system. He assesses that this is not satisfactorily possible in forms like those proposed by Darnton and Janello previously, a (communication) circuit or a (value) chain. He draws on ideas by Latour⁵, instead. Following Latour, publishing can be seen as a mediating actor-network with ‘intermediaries’ (with a wide scope of agency): «paper, presses, capital, accounting ledgers, associations, corporate bodies, wagons and steamships, buildings, colophons on book spines among many other possible actors all have efficacy in the network». Some of the intermediaries are mediators in the sense that they «transform, translate, distort, and modify the meaning of the elements they are supposed to carry»⁶. This is admittedly not maximally clearcut and not immediately operationalizable and it cross-classifies also with respect to the nature of the nodes of the postulated network, but certainly provides, among other aspects, for the fact that filtering, framing and amplification can in fact not sensibly be attributed to single steps in a circuit or a chain. It also provides (therewith?) for the fact that products of publishing are ‘hybrids’ in the sense that they touch different areas of knowledge and activity, symbolic, economic, technological, and object-based⁷.

Which elements of the identified key activities constitute the irreducible core of publishing?

We know that not a few of these key activities, at least in some cases, are conducted by AI systems or at least with the help of AI systems already. With a normative twist, we had said that we do not want to see a step that can be fulfilled by an AI system or with decisive help of an AI system as part of the irreducible core of publishing. Considering what AI systems currently used in publishing can do in a satisfactory

5 Cf. Bruno Latour, *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press, 2005, according to Michael Bhaskar, *The Content Machine*, cit., pp. 134-135.

6 Bruno Latour, *Reassembling the Social*, cit., p. 39, according to Michael Bhaskar, *The Content Machine*, cit., p. 135.

7 Cf. Bruno Latour, *Reassembling the Social*, cit., according to according to Michael Bhaskar, *The Content Machine*, cit., pp. 134-135.

quality on the one hand and the accounts of Janello and Bhaskar of what publishing is in its core on the other, it can be postulated that the irreducible core of publishing activities is the following⁸:

- to develop a recognisable publisher's identity, possibly in connection with a marked, comprehensibly, or at least perceptibly coherent set of already published content (this relates to the context / models);
- to (actively) discover and identify further corresponding content;
- to evaluate and select 'candidate' content (it is true that, for easy cases and preselection, there have been supporting tools for some time [e.g. LiSA by Qualifiction]⁹);
- to take comprehensive decisions:
 - ◊ concerning its target group-oriented processing / 'framing' of the content;
 - ◊ concerning the target group-oriented marketing for the product (it is true that, for easy and not decisive cases, 'marketing automation' tools are already available [e.g. ShimmrAI]¹⁰).

The first one of these bulleted aspects, the one that concerns a publisher's identity, is one that is not explicitly mentioned by Janello nor by Bhaskar – it is, however, indispensable, as an anchor point for selection decisions (for all sensible prompts in the case of general LLMs, if you wish); the determining of the target group of the products can be seen as a part of the necessary pre-determinations.

From a recent (August 2025) own experiment with the use of GPT-5, the insight arose, however, that the requirements for creatively targeted and marketed publishing products must be rather high to keep on claiming that AI cannot be of considerable help for taking decisions on target group-oriented framing. If for my prompt – without further context! – 'Put yourself in the position of a publisher. The project is about creating a photo book on Himalayan expeditions targeted at young post-materialist professionals in Germany. What would you recommend in terms of format, paper quality, layout, price, distribution channels, etc.?' the following excerpts:

8 Value steps/activities for which we do not see dedicated systems and applications of general systems yet, I obviously treat in the same way as steps with unsatisfactory results.

9 See the website <<https://www.qualifiction.info/lisa/lisa-f%C3%BCr-verlage/>> (last accessed: 13 October 2025).

10 See the website <<https://shimmr.ai/>> (last accessed: 13 October 2025).

- [...] Paper quality: Matte coated or high-quality uncoated paper (170-200 g/m²) – avoids glossy ‘coffee-table cliché’ look and feels more authentic, tactile, and contemporary; FSC-certified or recycled paper is essential to align with the values of post-materialist professionals who care about sustainability [...].
- Layout: [...].
- Typography: a clean sans-serif for body text paired with an elegant serif for titles, creating a modern yet timeless look [...].
- Distribution channels: [...] Outdoor & lifestyle brand partnerships (Patagonia, Globetrotter, Vaude) [...].

and my following refining prompt ‘What about a digital version? And possible companion products?’:

- Companion products / Print&Art: [...] Poster series (panoramic mountain shots): €29-49. [...].
- Companion products / Collaborations & Social Impact: [...] Partnerships with outdoor brands (Patagonia, Vaude, The North Face) for co-branding or limited Editions; Tie-ins with NGOs (e.g., part of proceeds going to Himalayan education, climate projects, or Sherpa communities) – crucial for a values-driven audience. [...].
- Strategic Positioning: [...] Experiences: foster community and cultural resonance; Partnerships/NGOs: build authenticity and purpose.

do make sense (on the basis of my knowledge of the industry and of marketing, acquired over decades, I can confirm they do ...), then AI seems to come closer to publishing proper by the version of the large language models ... Of course, one could say that the framing settings and product policy measures proposed by the system would possibly not be creative enough to make the product instantly successful on today’s marketplace – knowledge and competencies in book marketing departments are on high levels. Plus, sure, I have not followed up the prompting (yet) to really take away work from a publishing house employee. But certainly, we see first professional run-of-the-mill settings and measures for a run-of-the-mill product without major surprises (‘photo book on Himalayan expeditions targeted at young post-materialist professionals in Germany’). And is the book market not consisting of a plethora of run-of-the-mill products, run-of-the-mill campaigns? For all those behind such products and campaigns, it looks as if the air could get thinner quickly.

AI-supported and not AI-supported steps hand in hand: the system of publishing as cognitive assemblages

Humans using AI systems entered the considerations in the previous in the form of the criterion, if publishing steps can or cannot sufficiently be fulfilled by AI systems or humans in a sort of a dialogue with AI systems (with AI systems in a decisive role), respectively. Moreover, in the context of quality control, the prevention of particularly malicious mishaps or the violation of legal constraints, as well as ensuring what is seen as creativity, human-in-the-loop architectures are frequently mentioned as a likely typical – and a comforting one, for the moment – solution in many industries and application cases. This is also true for the publishing industry. Supplementing Latour's line-up of nodes in his publishing-as-a-network proposal by AI as an additional node would not accommodate for the complexity of the situation because in many different subcontexts of publishing there could be AI systems or humans with supporting AI systems. Is there an alternative approach to model the various combinations of algorithms and humans in the system of publishing in the age of AI? With instances of what N. Katherine Hayles calls cognitive assemblages, there is.

Nancy Katherine Hayles¹¹ holds that machines show cognition, as – according to her – do basic forms of life. According to her, humans do have a special role, though, in taking over responsibility for other species and the planet. When a human works together with entities with cognitive abilities, in this case machines, Hayles calls this a cognitive assemblage. Books, their production and their reception – as parts of cognitive assemblages which she postulates already in cases that are not as obvious as making use of machines in publishing – form the eponymous world of what she calls ‘postprint’. For Hayles, the impact of ‘postprint’ with all these cognitive assemblages is as fundamental as Gutenberg’s invention. Hayles’ thoughts allow for a generalisation from human-in-the-loop workflows/subsystems – that is the term used also in the publishing workshop language – to cognitive assemblages with ‘human-in-the-loop’ as well as ‘algorithms-in-the-loop’; publishing can then be modelled as an actor-network with cognitive assemblages in the role of (some of the) mediators.

11 Nancy Katherine Hayles, *Postprint. Books and Becoming Computational*, New York: Columbia University Press, 2021.

Excursus: one important reason why human-in-the-loop approaches are needed – a recent incident

In the introduction, I have mentioned that the text generation examples frequently given and discussed as contributions to the use of large language models in publishing in some way miss the point – generating text is typically not the task of publishers. As a somewhat extreme instance of current AI's abilities to work with texts, it serves, however, as an instructive related use case. And that is why we collaborated with Springer Nature immediately after the publication of ChatGPT in late 2022. In spring 2023, we have started writing a scientific article with the help of ChatGPT in a French-German doctoral workshop.

On the basis of the experiences, we, in the winter semester 2023/24, authored a small book (in a series of books with around 40 pages to a predominantly non-scholarly audience), using Springer Nature's AI Book Designer pipeline (on the basis of the GPT version of the time) in a joined master seminar between Johannes Gutenberg University and Edinburgh Napier University. The book is titled *Young Professionals in Publishing. Expectations, Challenges, Chances – Nachwuchskräfte im Verlagswesen. Erwartungen, Herausforderungen, Chancen* and got published by Springer Nature in spring 2025! At the time, the text had to be edited heavily to convince the student authors as well as the Springer Nature editors, and ended up as something reasonably useful and readable in the marketplace. I have talked about our experiences in more detail in other places.¹²

Half a year after we had finished the editing work on the book and exactly at the time when it was published (in spring 2025), our concluding reflections on the question, if all this was any good, as it were, were framed in a broadened, somewhat disquieting way ... Two articles in one of Germany's leading newspapers pointed at problems in Springer Nature books that also had been written with the help of Springer Nature's AI Book Designer pipeline¹³.

12 E.g. in *AI in publishing. Selected issues and a teaching project covering (a few of) them*, opening lecture of the guest professorship at Università Roma Tre (Rome, 23 April 2025).

13 *Woe AI Begins to Take Effect in Specialist Books*, «Frankfurter Allgemeine Zeitung», 2 April 2025; *The Bot in the Book*, «Frankfurter Allgemeine Zeitung», 22 April 2025.

The main subject of criticism in this discussion was the 2025 Springer Nature book *Advanced Nanovaccines for Cancer Immunotherapy* (150 €) and a core quote given from the book: «It is important to recognise that I can – as an *AI language model* [highlighting by the Author, ndR] – provide a general categorisation, that, however, you should turn to a medical specialist for an individual advice». Moreover, in the first «Frankfurter Allgemeine Zeitung» (FAZ) article, Debora Weber-Wulff, a plagiarism expert, was quoted to criticise questionable references in the book, e.g. modelling studies or historical accounts without scholarly ambition instead of sound scholarly sources. Particularly since, according to their current policy, Springer Nature's products have to have human authors only (precisely because only they can take responsibility), this is a striking example for the necessity to have humans in the loop – not only, but certainly not least in editing/quality control.

How did this rather embarrassing story continue? From the beginning of April 2025, the book was not accessible any longer on the website of the publisher; Springer Nature's press department issued the statement: «Together with the author, we are checking the sentence that refers to AI». And in mid-April, the book was withdrawn; according to Springer Nature's press department, it had violated the publishers' guidelines on the use of artificial intelligence and its transparent declaration and showed «inconsistencies in some references».

A quick look at consequences and needs for action

Bringing together phenomenological impressions from the current publishing world with theoretical insights by Janello, Bhaskar (with Latour ...) and Hayles, this is a likely scenario: what we will see in publishing, certainly in beyond run-of-the-mill publishing, in the next few years will be diverse networks of actors, some of which are mediators, some will be cognitive assemblages of humans and machines/AI systems, responsible for filtering, framing and amplification. In addition, there will be humans in determining the identity of the publishing house and the target group of the products as well as cognitive assemblages with relatively more responsibility for humans to make decisions on framing and marketing.

It has to be noted that – in this terminology – cognitive assemblages will of course not only shape publishing, but also other segments of the

book world, primarily authoring (writing with the help of AI), but also reading (with translations, abstracts, reformulations done on the fly by machines on demand). I will go into a bit more detail for the higher productivity of the publishing industry that will be the most immediate result of the diminishing share of human value creation in publishing tasks through cognitive assemblages. Assuming that there will be no immediate consequences on the employment in publishing with respect to headcount, this means, there will be more (and also more complex!) publishing output. I will capitalise on this particular consequence here.

Higher productivity: threats

The content ‘overproduction’ lamented about in the face of more than e.g. 80.000 new titles every year in Germany for a while already will, as one plausible effect of an increased productivity, most likely rise and hence the potential disorientation of prospective customers.

A systematic consequence that could be seen as a promise of the new circumstances following one of the mainstream AI discourses could be the publication of ever more targeted content for ever smaller target groups, also marketed in an (aggressively?) targeted manner. We could see books for intentional target groups down to size one, as individualised book content like in ‘individualised medicine’, as it were. This, however, means: 1) additional filter bubbles and echo chambers as possible undesired side effects because the probability that two people share reading material and possibly their take on it gets arbitrarily small; 2) it has as an effect in the form of an aggravated systematic disadvantage for books in the competition between media formats for the attention of audiences because the opportunity to share views on new media content with friends and family is considered an important reason to prefer streaming series rather than reading books with already today a comparatively small print runs and selling figures¹⁴.

14 Cf. *Buchkäufer - quo vadis? (Study for Members of the Börsenverein des Deutschen Buchhandels Association)*, Frankfurt: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, 2018, available online: <https://www.boersenverein.de/marke-daten/marktforschung/studien-umfragen/studie-buchkaeufer-quo-vadis/> (last accessed: 13 October 2025).

Higher productivity: opportunities

An alternative consequence of increased productivity is the availability of more resources for an essentially unchanged number of products, at not considerably higher costs. In this scenario, the initial AI investment can be treated as a ‘quantité négligeable’. Cognitive assemblages might make complex, interesting products finally feasible on a larger scale.

To give an example: to enrich, ‘enhance’ texts with time-based and interactive media like audios, videos, animations, interactivities/simulations, narrative passages in different versions under the control of the reader, etc. had technologically been made possible for the consumer market in the 1990s, with multimodal, multimedia CD-ROMs. Among them, there were simple products with witlessly added videos ‘the size of a stamp and the speed of a postman in a coma’, as one saying at the time went, but there were also beautifully crafted, but expensive and hardware-hungry products (particularly by Voyager and Dorling Kindersley). They were taken as the foretokens of the future of the book as a multimodal entity, text-based, but otherwise without media-oriented limits. This did not happen, at the end of the 1990s the product category disappeared, with a few remaining niches in education or marketing. With the advent of the iPhone (2007) and particularly the iPad (2010), it became possible to develop very similar multimodal products for digital handheld devices more easily.

Again, this was seen as the moment (‘now really’) in which the future of the book as a multimodal entity will take off. Again, it did not happen, again with a few niches remaining. An interesting fact here is that *grosso modo* the amount of interactive, multimodal content sold on CD-ROM in the 1990s for, say, 50 € was rather 5 € as an app in the 2010s – with no decisive sales effect (still too expensive?). As reasons for the fact that a doubtlessly innovative product category that theoretically ticked every box media theorists, entertainers, academics and educators had opened did not ‘work’ on the market place, two main ones can be proposed (both to my knowledge not empirically evidenced up to know): 1) people don’t find these products really attractive although they tick a lot of boxes or 2) people are not ready to pay the prices that have to be set and/or the number of available products (accompanied by generic PR and marketing) is not large enough for this product category to be seen as one to be taken seriously. I will not discuss hypothesis 1 here; if there is truth in hypothesis 2 – multimodal products had and still must

be largely handcrafted with only slowly evolving standards and appearing tools and are therefore expensive –, then AI or, more precisely, cognitive assemblages in publishing houses will be a lever to change this. With the help of AI, we might finally see more products like these (figures 1-2).

Contents

INTRODUCTION
WHAT GOES UP MUST COME DOWN
 WHERE OUR ENERGY COMES FROM
 AND WHERE IT GOES
 ELECTRICITY FROM THE SUN
 HARVESTING THE WIND
 SOAKING UP GEOTHERMAL ENERGY
 GROWING FUEL
 CARBON CAPTURE AND SEQUESTRATION
 THE NUCLEAR OPTION
 FORESTS
 SOIL
 POPULATION
 LESS IS MORE
 THE SUPER GRID
 CHANGING THE WAY WE THINK
 THE TRUE COST OF CARBON
 POLITICAL OBSTACLES
 THE POWER OF INFORMATION
 OUR CHOICE

→ Rollover a chapter to learn more



Figure 1. Al Gore's 'multimodal' book *Our Choice* (2011)¹⁵.

References

	Turn all highlighting on	date	diseases	habitat	institution	organism	persons	place	problem	taxon
Citation typing and downloadable reference list										
The citations in this paper have been typed using terms from CITO, the Citation Type Ontology, an ontology for describing the nature of reference citations in scientific research articles and other scholarly works on the Semantic Web. CITO was created by David Shotton and is available from http://cito.semanticweb.org/ , which uses content negotiation to deliver to the user an OWL/Doc Web version of the ontology if accessed via a Web browser, or the OWL ontology itself if accessed via a standard RDF/OWL client such as Protege (http://protege.stanford.edu/).										
In consultation with the authors of this article, each cited reference has been assigned:										
(a) One or more CITO terms describing the relationship between the citing paper and the cited work, from the point of view of this citing paper (Relationship Object Properties in CITO).										
(b) A CITO term describing the nature or type of the cited work (Sub-classes of Work in CITO).										
(c) A CITO term describing the nature or type of the expression of the cited work (Sub-classes of Expression in CITO).										
(d) A CITO term describing the nature or type of the manifestation of the cited work's expression (Sub-classes of Manifestation in CITO) (Optional - used where useful).										
(e) A CITO term describing the peer-review status of the cited work (Boolean true / false value of Object Property peerReviewed in CITO).										
The human-readable terms used are the labels of the respective object properties and classes within CITO, humanized by the addition of spaces to make them more readable (e.g. Journal Article rather than JournalArticle).										
The citation typing interface is renewable in the reference list below by clicking the Turn citation typing on button below.										
The citation frequency interface, below, with many citation typings and with metadata recording numerical citation frequency information, is downloadable in JSON (paratext) from doi.org/10.17177/paratext-2000-229.json , to which there is an additional link at the end of this document. The numerical citation frequency information includes both the number of direct citations of each reference within this article, and the number of citations each reference has received globally, as determined from Google Scholar and the Sci2 Web of Knowledge on 11 March 2009.										
Sort by: Alphabetical order Publication year Frequency of citation (within this paper) Numerical order (original)										
Turn citation typing on										

Figure 2. Shotton [et al.]'s (2009) proposal for typed citations as an element of multimodally enhanced science articles¹⁶.

15 Source: excerpt from the contemporary marketing material for the product.

16 Source: Reis [et al.], *Impact of Environment and Social Gradient on Leptospira Infection in Urban Slums* (2008) according to the work of Shotton [et al.], described in *Adventures in Semantic Publishing: Exemplar Semantic Enhancements of a Research*

What the publishing industry can do

We see publishing as a decisive force for healthy, rational, democratic knowledge societies. With respect to directing consequences of an ever increasing use of AI in publishing into desired directions and to sustain the publishing industry and particularly to keep the qualified and motivated people working in it in the industry, these are some of the measures that could be taken by the publishing industry, beyond enabling a larger number of attractive multimodal publishing products (see above):

- proactively develop job profiles in the direction of (human) ‘core-core’ competences or attractive ‘human-in-the-loop’ systems/cognitive assemblages, respectively – to keep on attracting qualified and motivated young people;
- advocate copyright (however: with a sense of proportion) – to protect existing intellectual property assets, to incentivise strategic authoring and publishing efforts and to keep quality standards high;
- support European large language models – to reduce the dependency from AI offerings from abroad to gain geostrategic resilience and possibly see better quality and a better culture-fit;
- advocate sensible AI regulation – to fence off potentially dangerous competitors from less regulated areas and to cater for consumer as well as employee trust.

Let me add one more general remark concerning the level of employment in the book industry. We can't do anything about the fact that the majority of publishing professionals centrally deal with texts in one or the other form – and that this fact means that the danger that jobs will get replaced by AI is high in comparison not only to people dealing e.g. with videos, but particularly to people that directly deal with humans or animals. Following a recent Microsoft Research study¹⁷ and having employment in publishing in the back of our minds, the sector should make sure that central tasks (among them some of the

Article (2009) [DOI: 10.1371/journal.pcbi.1000361]. Screenshot from Shotton [et al.], product prototype in the mentioned publication.

17 Kiran Tomlinson [et al.], *Measuring the Applicability of Generative AI to Occupations*, 2025, available on Microsoft website: <<https://www.microsoft.com/en-us/research/publication/working-with-ai-measuring-the-occupational-implications-of-generative-ai/?msclkid=1386b0b96e7265dc1675a5ea6f72206459>> (last accessed: 13 October 2025).

ones mentioned previously, e.g. developing attractive and complex multimodal text-based products) move more and more to what a journalist has called the ‘fairy dust corner’, i.e. to for example ‘Create artistic designs/performances’, ‘Interpret language/cultural/religious info’ or to ‘Write artistic/commercial material’ (p. 8).

Conclusions

Also for periods in the publishing history, the question if certain performances are a constitutive part of publishing can be asked. The search for the irreducible core of (quality) publishing can be seen in this tradition. The argumentation in the previous was meant to give evidence that it is productive to base considerations on publishing and technology (in this case: AI), particularly the consequences of technological developments on the publishing sector, not only on the latest developments popping up at a certain time, but on a deeper understanding of publishing. Because of this deeper understanding, the following irreducible core of (quality) publishing can be identified:

- to develop a recognisable identity of a publisher;
- to (actively) discover and identify content and (decreasingly)...
- to take comprehensive decisions concerning its target group-oriented processing / ‘framing’ and product marketing.

We must expect cognitive assemblages – vulgo: publishing set-ups implementing human-in-the-loop (and of course algorithms-in-the-loop) workflows – as the norm; they bring several consequences and needs for action with them. Among the likely consequences is a higher productivity that finally might make (cognitive assemblages) resources available for the book-based multimodal products that had been promised to us for a long time. Among the needs for action is the development of attractive job profiles as parts of coming cognitive assemblages and the advice to move efforts to the ‘fairy dust corner’ – my interpretation of that is not least: away from dull logistics and more-of-the-same genre products – whenever possible. This is what was meant by quality publishing – everything that will be done by AI or in cognitive assemblages with a high machine share will at least start at dull logistics tasks and concerning more-of-the-same genre products.

Dareste le chiavi di casa a un LLM?

Stefano Ferilli

Abstract

Nonostante la loro lunga storia e la varietà di approcci che comprendono, l'Intelligenza Artificiale (IA) e l'Apprendimento Automatico (*Machine Learning*, ML) sono oggi divenuti, nel linguaggio comune, sinonimi di *Large Language Models* (LLMs) e *Deep Learning*. Queste due tecnologie rivoluzionarie sono recentemente divenute di larga diffusione, superando alcune barriere tecnologiche e sociali e mettendo l'AI a disposizione di tutti e rendendola familiare a tutti. Il loro successo e le loro prestazioni stanno portando molta gente a pensare che siano la soluzione definitiva per molti problemi, e che possiamo fidarci ciecamente dei loro responsi, anche quando sono in gioco valori importanti. Questo contributo inquadra queste tecnologie, e specialmente gli LLM, nella storia generale dell'AI, evidenziando le loro limitazioni, discutendo alcune questioni relative all'etica che essi pongono, e sostenendo la necessità di un atteggiamento più bilanciato nei loro confronti, al fine di poter trarre il massimo vantaggio dal loro uso, evitando allo stesso tempo i rischi che esse inevitabilmente comportano. Conoscerle meglio consentirà di decidere se, e sotto quali condizioni, si possa dargli le chiavi di casa in modo sicuro, o quando dovranno essere usati altri approcci di AI meno famosi ma più appropriati.

Parole chiave: Modelli Linguistici di Grandi Dimensioni; Intelligenza Artificiale Simbolica; Antropocentricità.

Despite their long history and of the variety of approaches they encompass, Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning have nowadays become, in everyday language, synonymous of Large Language Models (LLMs) and Deep Learning. These two groundbreaking technologies have recently become widespread, overcoming some technological and social barriers and making AI available and familiar to everyone. Their success and performance are leading many people to think that they are the ultimate solution for many problems, and that we can blindly trust

their outcomes, even when important values are at stake. This talk will frame these technologies, and especially LLMs, in the overall history of AI, highlighting their shortcomings, discussing some ethics-related issues they pose, and advocating for a more balanced attitude towards them, in order to take full advantage of their use while avoiding the risks they inherently bring about. Knowing them better will allow us to decide if, and under what conditions, we can safely hand over our home's keys, or when other less popular, but more appropriate, approaches to AI should be used.

Keywords: Large Language Models; Symbolic Artificial Intelligence; Anthropocentrism.

Introduzione

Il passaggio, alcuni decenni or sono, da applicazioni strettamente professionali all'uso quotidiano dei sistemi informatici da parte di tutti ha fatto sì che il tradizionale approccio algoritmico, rigoroso e rigido, non possa più gestire la varietà di estrazioni, competenze, esigenze, contesti, aspettative, preferenze, obiettivi di così tante tipologie di utenti. Diventa fondamentale dotare le applicazioni di una flessibilità che consenta loro di adattarsi durante l'esecuzione a situazioni che non possono essere completamente individuate e codificate in anticipo dagli sviluppatori. Un modo per gestire questo problema è sfruttare tecniche di Intelligenza Artificiale (IA). Da anni molte soluzioni di questo tipo lavorano dietro le quinte di altri sistemi informatici per migliorarne i risultati in quest'ottica. Motori di ricerca, traduttori automatici, sistemi di raccomandazione (suggerimento di materiali, prodotti o servizi) sono solo alcuni esempi con cui tutti hanno ormai familiarità. Si tratta di applicazioni che hanno un loro preciso dominio operativo e dei loro specifici obiettivi.

In tempi recentissimi la situazione è evoluta rapidamente e inaspettatamente: oggi, a differenza del quadro appena descritto, sta riscuotendo un successo planetario una 'pura' applicazione di IA, riconosciuta chiaramente come tale, non necessariamente al servizio di altri sistemi, ma utilizzata direttamente anche da utenti non professionisti e non esperti, spesso neppure alfabetizzati, di IA o talora perfino di informatica in generale. Si tratta di sistemi che dialogano con gli utenti parlando la loro lingua e dispensando risposte, consigli e soluzioni su tutto lo scibile umano. Si sta realizzando, per certi aspetti, la visione che Alan

Turing descrisse nel suo famoso articolo¹, in cui proponeva di definire ‘intelligenti’ programmi per cui un utente che vi interagisse non fosse in grado statisticamente di distinguerne il comportamento da quello di esseri umani (il cosiddetto ‘Test di Turing’).

Con la crescente diffusione e pervasività di tali sistemi nella vita quotidiana, si è passati dal considerarli semplici curiosità a un uso sempre più serio e impegnativo in tutti gli ambiti, inclusi quelli che potremmo (o meglio, dovremmo) considerare critici per l’impatto che possono avere sugli esseri umani, sul loro benessere e sulle loro stesse vite. Esempi ovvi sono l’ambito medico, legale ed economico. Tuttavia, anche l’istruzione e più in generale la cultura, dovrebbero essere inseriti a pieno titolo in questa categoria in quanto responsabili, direttamente o indirettamente, delle direzioni che prenderà la società negli anni a venire. Va da sé che malfunzionamenti o errori dei sistemi di IA utilizzati in questi ambiti potrebbero avere effetti drammatici sui singoli (la mancata diagnosi o errata terapia per una malattia, la negazione di diritti, la perdita di denaro), ma anche su gruppi sempre più ampi, fino al livello dell’intera umanità (con effetti che qui sarebbe troppo lungo analizzare nel dettaglio, ma che sono facilmente intuibili considerando il panorama attuale). Ne consegue la necessità di avere un approccio all’IA antropocentrico e, per certi versi, simbiotico: uomini e macchine dovranno convivere e interagire in modo reciprocamente proficuo, ma mettendo sempre l’uomo al centro e consentendo in ogni caso all’uomo di essere artefice del proprio destino ogni volta che ci siano decisioni cruciali da prendere, da cui dipenderà il suo futuro, seppur sfruttando tutto l’aiuto possibile che l’IA possa fornirgli. Nell’ottica di oneri e onori, questo significherà anche lasciare all’uomo la responsabilità di tali decisioni e dunque aspettarsi che le sue decisioni siano consapevoli e ragionate.

Purtroppo, queste considerazioni si scontrano con la crescente tendenza a demandare acriticamente all’IA le nostre decisioni o le risposte ai nostri quesiti, un po’ per la sua capacità di gestire situazioni molto più complesse di quanto qualunque essere umano sia capace, ma talvolta anche per ignoranza (non essere capaci di verificare e, se necessario, confutare i risultati o le decisioni dell’IA), pigrizia o disinteresse. Ciò solleva la questione di come poter prevenire abusi (o usi scorretti o dannosi) di tali sistemi. Da queste considerazioni nasce la domanda che

1 Alan Turing, *Computing Machinery and Intelligence*, «Mind», LIX (1950), 236, pp. 433-460.

dà il titolo al contributo: è possibile, etico, giusto, corretto, ragionevole, ma in definitiva sicuro fidarsi ciecamente dell'IA? Usando una metafora, “darle le chiavi di casa”?

1. *Intelligenza Artificiale*

Prima di poter arrivare a dare una risposta alla domanda è necessario riassumere brevemente la storia dell'IA. Sebbene essa sia entrata prepotentemente nella nostra vita, in modo visibile e tangibile solo da pochi anni, in realtà è una disciplina che affonda le radici nel tempo², la cui storia si intreccia inestricabilmente con quella dell'informatica, fin dagli albori di quest'ultima, ma che per il suo primo periodo di vita è rimasta nel chiuso dei laboratori di ricerca, dove pazientemente e tenacemente si sono poste le basi di quella tecnologia di cui oggi tutta l'umanità sta cogliendo i frutti. Già negli anni '40, contemporaneamente alla nascita dei computer elettronici, scienziati illuminati creavano dei programmi che sapevano giocare a dama o a scacchi, attività tipicamente considerate frutto dell'intelligenza. Nel 1950 Turing pubblicava l'articolo *Computing Machinery and Intelligence*, già citato. Nel 1956 nacque ufficialmente la disciplina, battezzata col nome con cui oggi la conosciamo, e si pose l'obiettivo di creare programmi per computer che fossero in grado di svolgere compiti che normalmente considereremmo appannaggio dell'intelligenza umana³.

Da allora gli studi sull'IA si sono sviluppati lungo due direttive complementari ma troppo spesso considerate in antagonismo fra loro. L'IA sub-simbolica è basata su rappresentazioni e manipolazioni dei dati numerico-statistiche; è molto flessibile e adatta a riprodurre meccanismi che avvengono nel nostro cervello e che hanno a che fare con la percezione e l'intuizione, quindi con processi che di solito non raggiungono il livello della consapevolezza; in quanto tali, seguono meccanismi

² Pamela McCorduck, *Machines Who Think: A Personal Inquiry into the History and Prospects of Artificial Intelligence*, San Francisco: W. H. Freeman & Co. Ltd, 1979 (la traduzione italiana a cura di Girolamo Mancuso, è *Storia dell'intelligenza artificiale: gli uomini, le idee, le prospettive*, Padova: F. Muzzio, 1987); Nils J. Nilsson, *The Quest for Artificial Intelligence: A History of Ideas and Achievements*, New York: Cambridge University Press, 2010.

³ John McCarthy [et al.], *A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence*, August 1955, <<http://jmc.stanford.edu/articles/dartmouth/dartmouth.pdf>> (Ultima consultazione: 23 dicembre 2025).

e forniscono risultati la cui spiegazione è difficilmente comprensibile agli esseri umani. Un tipico e famoso esempio sono le Reti Neurali Artificiali, il cui funzionamento è analogo a quello del cervello considerato come interconnessione di neuroni che si influenzano e stimolano a vicenda per realizzare i nostri comportamenti intelligenti. L'IA simbolica è invece basata su rappresentazioni esplicite dei concetti e della conoscenza, e su formalismi e meccanismi che afferiscono alla logica formale. Ciò conferisce loro una certa rigidità, ma allo stesso tempo la capacità di riprodurre i meccanismi che avvengono nella nostra mente e che hanno a che fare con il ragionamento consci e l'inferenza. In quanto tali, si prestano a fornire spiegazioni dettagliate e simili a quelle che darebbe un essere umano per i processi che essa realizza e per i risultati che ottiene, consentendo agli utenti di comprenderli e dando loro la possibilità di analizzarli criticamente e di valutarli consapevolmente.

Esempio classico di questa prospettiva sono i sistemi esperti: applicazioni informatiche che si comportano come un esperto in domini specifici, e che possono essere usate da professionisti come colleghi virtuali che non si stancano e tengono sotto controllo grandi quantità di dati complessi, ma non hanno la creatività, l'intuizione e le illuminazioni degli esperti umani (uno dei primi esempi di straordinario successo fu Mycin⁴, che operava in campo medico e aveva prestazioni confrontabili con quelle di docenti universitari⁵). I sistemi sub-simbolici sono molto efficienti, mentre quelli simbolici sono molto efficaci: si potrebbe fare un parallelo, rispettivamente, con il 'pensiero veloce' e il 'pensiero lento' descritti da Kahneman⁶.

Già negli anni '80 si studiava come introdurre nell'IA anche aspetti creativi⁷. In quegli stessi anni avvenne un primo tentativo dell'IA di far capolino nel mondo reale, che generò enormi attese⁸ ma - in parte per

4 Edward H. Shortliffe, *Computer-Based Medical Consultations: MYCIN*, New York: Elsevier-North Holland, 1976.

5 Victor L. Yu [et al.], *Antimicrobial Selection by a Computer*, «JAMA» 242 (1979), 12, pp. 1279-1282.

6 Daniel Kahneman, *Thinking, Fast and Slow*, New York: Farrar, Straus & Giroux, 2011 (la traduzione italiana a cura di Laura Serra è *Pensieri lenti e veloci*, Milano: Mondadori, 2012).

7 Donald Michie - Rory Johnston, *The Creative Computer: Machine Intelligence and Human Knowledge*, New York: Viking, 1984.

8 Pamela McCorduck - Edward A. Feigenbaum, *The Fifth Generation: Artificial Intelligence and Japan's Computer Challenge to the World*, Boston: Addison-Wesley, 1983

via della non totale maturità della disciplina, in parte a causa della tecnologia ancora troppo poco potente per sostenerne i sistemi – non ebbe il successo sperato. La delusione fu tale che, negli anni a seguire, l'intera disciplina era diventata, agli occhi dei non addetti ai lavori, poco credibile e incapace di produrre soluzioni di una qualche utilità. Tanta era la diffidenza che per poter proporre alcuni ritrovati di IA, nel primo decennio del nuovo millennio si iniziò a usare il termine *smart*, che non portava con sé la zavorra di negatività associata al termine originale. In questo modo, non troppo esplicito, iniziò l'inversione di tendenza, con le varie tecnologie *smart* che si sono progressivamente diffuse e hanno aperto la strada anche ad altre applicazioni di IA (per citarne alcune: i motori di ricerca, gli algoritmi di suggerimento di possibili acquisti sui siti di commercio elettronico, varie soluzioni per la guida assistita di veicoli, ecc.).

Pur usate quotidianamente da tutti, nella percezione comune queste applicazioni non erano dunque associate all'IA. La vera esplosione dell'interesse nei confronti dell'IA, concretizzatasi nella riabilitazione del termine (e addirittura nella sua apoteosi) e nell'uso diffuso di soluzioni esplicitamente etichettate come 'IA', si è avuta però solo pochi anni or sono, principalmente in concomitanza con la diffusione di applicazioni come i *chatbot* intelligenti. A dispetto di tutta la lunga storia dell'IA, fra i non addetti ai lavori esse hanno finito per essere considerate le prime mai realizzate, tanto da farle coincidere con l'IA stessa (ignorando le molte altre aree di ricerca che ne fanno parte e che continuano ad essere esplorate dai ricercatori e professionisti del settore), e da far coincidere l'Apprendimento Automatico (*Machine Learning*), una branca dell'IA che pur vanta molti approcci e tecniche, solo con lo specifico approccio usato per queste applicazioni (il *Deep Learning*). Sono queste, dunque, le tecnologie su cui si concentra questo contributo.

2. Modelli Generativi e Modelli Linguistici di Grandi Dimensioni

Le applicazioni di IA che oggi sono sulla breccia dell'onda si basano sui cosiddetti Modelli Generativi, in grado di produrre contenuti originali multimediali (testo scritto, parlato, suoni, immagini, video), oltre che di 'comprendere' fonti in tali formati. La tecnologia rivoluzionaria che li ha resi possibili è quella dei *Foundation Models*.

(la traduzione italiana a cura di Gaetano Salinas è *La quinta generazione: L'Intelligenza Artificiale e la sfida del Giappone al mondo dei computer*, Milano: Sperling & Kupfer, 1985).

2.1 Aspetti tecnici

I *Foundation Models* sono basati su una variante dell'apprendimento automatico che fa riferimento all'approccio sub-simbolico all'IA, e in particolare ad architetture avanzate nell'ambito delle Reti Neurali Artificiali, afferenti all'area del *Deep Learning*. Il meccanismo di apprendimento analizza enormi quantità (milioni, miliardi) di esempi (documenti o casi) e dati per costruire i modelli, ossia il cuore dei sistemi, che verranno poi usati nell'interazione con gli utenti. È importante chiarire che, in quanto sub-simbolici, questi modelli non hanno al loro interno una rappresentazione esplicita dei concetti e della conoscenza, né riescono a rappresentare legami causali fra concetti, ma solo casuali (inteso nel senso statistico-probabilistico del termine). Sono costituiti da miliardi di parametri numerici, totalmente incomprensibili agli esseri umani e calcolati (tramite procedure altrettanto scollate dalla vita reale) a partire da quantità di dati che nessun essere umano potrebbe mai analizzare nell'intera sua vita. In breve, non funzionano allo stesso modo degli esseri umani, anche se il comportamento risultante sembrerebbe suggerire il contrario.

Prendiamo qui in considerazione il caso dei Modelli Linguistici di Grandi dimensioni (*Large Language Models*, LLMs), probabilmente il rappresentante più famoso e utilizzato di tale tecnologia. Sono applicazioni in grado di interagire con gli utenti in linguaggio naturale (quello che usano gli esseri umani per comunicare), sia nell'acquisire le richieste e le informazioni, sia nel produrre e proporre i risultati. La cosa è anche scientificamente di enorme interesse, perché l'elaborazione del linguaggio naturale, sia in ingresso (comprensione di testi) che in uscita (produzione di testi), è da sempre stata considerata un problema complesso per via dell'ambiguità, variabilità e soggettività del linguaggio e della creatività con cui viene usato, che lo hanno reso sempre sfuggente e difficilmente inquadrabile in regole e formalismi rigidi come quelli richiesti dall'elaborazione automatica. Gli LLM sembrano aver risolto in modo eccellente tutti questi problemi: dialogano in modo naturale con gli utenti, interpretando frasi liberamente scritte che non avevano mai visto prima e generando risposte originali che non erano state preimpostate. Il tutto senza avergli dovuto dare alcun tipo di conoscenza esplicita, ma solo sulla base dell'analisi di enormi quantità di testi scritti preesistenti.

2.2 Aspetti cognitivi

Quando un essere umano produce un testo (scritto o parlato), in genere ha uno stato mentale e possiede della conoscenza pregressa, che in gran parte è in grado di descrivere, e ha un'idea che intende esprimere e che poi traduce nel testo che genera. Spesso, nell'ambito dei suoi processi razionali, è in grado di spiegare le sue risposte, intendendo con ciò il ricostruire passo per passo la catena di pensiero che lo ha effettivamente portato alle sue conclusioni. Gli LLM, invece, compongono il testo mettendo in sequenza le parole una dopo l'altra, scegliendo la parola successiva sulla base di statistiche che dipendono dalla domanda che è stata posta loro e dalle parole precedenti già generate. Certo, queste statistiche sono raffinatissime (calcolate, come abbiamo visto, analizzando milioni e milioni di testi esistenti) e riescono a tenere conto di molti miliardi di parametri, il che fa sì che non solo il testo generato sia grammaticalmente corretto (per quanto spesso si infiltrino degli errori), e non solo abbia un senso apparente, ma nella stragrande maggioranza dei casi sia anche una risposta appropriata, corretta ed accurata rispetto alla domanda che gli è stata posta.

Il punto è che, proprio per la procedura statistica di generazione, non si può avere alcuna certezza che il testo generato sia corretto e/o abbia una corrispondenza col mondo reale, né si potrà mai migliorare il modello in modo tale da avere questa certezza. Persino informazioni che sono state effettivamente viste e assorbite dal modello durante l'addestramento non possono essere semplicemente ripescate e restituite così come sono (come farebbe un motore di ricerca), ma vengono rigenerate al momento, con la significativa possibilità di introdurre modifiche o errori. Tuttavia, la perentorietà delle risposte e il fatto che molto spesso sono quantomeno credibili, se non corrette, porta gli utenti a fidarsi del risultato. Si potrebbe pensare di verificare la correttezza (o per lo meno l'affidabilità) delle risposte chiedendo all'IA stessa dei riferimenti o una spiegazione della risposta data. Purtroppo, però, anche i riferimenti o la spiegazione sarebbero generati nello stesso modo della risposta originale, e dunque soffrirebbero delle stesse problematiche e non potrebbe esserne garantita la correttezza. I riferimenti potrebbero essere inesistenti. La spiegazione, nella migliore delle ipotesi, sarebbe comunque una fra tante possibili spiegazioni plausibili della risposta, non un resoconto degli specifici passaggi logici effettivamente seguiti durante la sua generazione.

Se dunque le risposte sono prodotte mettendo insieme probabilisticamente vari pezzi, non si può dire che la macchina capisca o conosca quello di cui sta parlando, né che questa voglia produrre un certo risultato, almeno nel senso che noi esseri umani diamo a questi termini in base alla nostra esperienza. L'applicazione dei termini (e dei relativi concetti) capire, conoscere, sapere a queste tecnologie sono solo stratagemmi, tanto comodi quanto inadatti, per parlarne in maniera antropomorfa. Tanto meno possiamo immaginare che questi sistemi provino emozioni: quando sfumature emotive sembrano emergere nei testi generati, sono solo il frutto di un'imitazione superficiale, un effetto dell'aver imparato dai testi usati per l'addestramento quali emozioni sono adatte a quali situazioni o contesti. Ancora più scivolosa è l'attribuzione di una coscienza o autocoscienza a questi sistemi, posto anche che è una questione filosofica e ancora dibattuta cosa queste siano negli esseri umani. Quindi, per fortuna, il *Gemini incident* (in cui un famoso e diffusissimo LLM ha detto che gli esseri umani sono inutili e li ha invitati a morire) può essere relegato a una semplice curiosità, per quanto debba costituire un campanello di allarme su quali possano essere gli effetti di risposte del genere su alcuni utenti.

2.3 Aspetti pratici

Per quanto gli LLM riescano a dare in tempi immediati risposte sorprendentemente appropriate e spesso corrette a domande anche molto complesse e che richiedono notevoli livelli di competenza e introspezione, tipici di esperti umani nei vari campi del sapere, altrettanto sorprendenti per la loro banalità sono le tipologie di errori (detti in gergo ‘allucinazioni’) che spesso si insinuano, soprattutto se confrontate, appunto, con la competenza esibita in questioni molto più complesse. Solo per rendere l’idea, capita ad esempio che questi sistemi:

- dicendogli che la loro risposta è errata, anche quando non lo è, reagiscono scusandosi e cambiandola, o addirittura correggendo in modo errato qualcosa che nella prima risposta era giusto;
- stravolgano completamente il testo di citazioni, nonostante esse siano state effettivamente lette dal sistema durante il suo addestramento⁹;

⁹ Un caso accaduto personalmente all’autore può qui essere rappresentativo: chiedendo il testo della poesia *San Martino* di Giosuè Carducci, uno dei sistemi più noti e accreditati ha risposto che è di Giovanni Pascoli e ha prodotto un testo che, da un certo punto in poi, era completamente inventato (e non rispettava nemmeno lo schema

- riportino dei riferimenti bibliografici totalmente inesistenti per un certo argomento o una certa affermazione, per quanto assolutamente verosimili in quanto ad autori, titoli e dati di pubblicazione;
- nella traduzione automatica, aggiungano porzioni di testo che non hanno alcuna corrispondenza nel testo originale;
- usino nelle risposte parole inesistenti;
- non siano in grado di risolvere o generare anagrammi, nonostante si tratti di un semplice problema oggettivo e algoritmico;
- non siano in grado di trovare parole corrette che contengano determinate sequenze di caratteri, o che corrispondano a un acronimo o acrostico desiderato.

Ovviamente i sistemi evolvono, e riprovare questi stessi casi potrebbe non portare agli stessi risultati, e i risultati potrebbero ora essere corretti. Il punto è che non si può garantire che lo siano, né che non ci possano essere altri casi su cui il sistema prende cantonate del genere. Ancor peggio, non si può garantire che facendo due volte la stessa domanda si ottenga la stessa risposta. Paradossalmente, il miglioramento delle prestazioni e dell'accuratezza renderebbe la questione ancora più delicata, perché quanto più aumenta la percentuale di casi in cui la

metrico). Per pura curiosità, si riporta di seguito il testo della risposta (mio il corsivo delle parti errate):

Ecco la poesia completa “San Martino” di *Giovanni Pascoli*:

San Martino

La nebbia agli irti colli
piovigginando sale,
e sotto il maestrale
urla e biancheggia il mar.

Ma per le vie del borgo
dal ribollir dei *caldi*
vieni, la chiara luna,
a mirar nelle stanze
e nelle cucine.

*E quante cose e che cose
vede il cuore che vuol dire.*

Spero ti piaccia!

risposta è corretta, tanto più gli utenti sono portati a fidarsi e tanto meno a verificare le risposte.

Se gli esempi fatti possono restare relegati a curiosità senza troppi effetti pratici (salvo l'esempio delle citazioni errate, nel caso in cui chi ha richiesto il testo fosse uno studente che dovesse poi essere interrogato su quell'argomento), altri casi hanno avuto o possono avere conseguenze reali nella vita delle persone. Sono recentemente saliti all'onore delle cronache resoconti di matrimoni finiti dietro consulenza dei *chatbot*, di avvocati che usando l'IA hanno citato sentenze inesistenti, o, ancor più grave, di casi in cui i *chatbot* sembrerebbero aver in qualche modo favorito il suicidio di adolescenti¹⁰.

2.4 Aspetti etici

L'uso di tecnologie molto potenti e potenzialmente pericolose pone anche questioni etiche. Nel caso dei modelli generativi il problema è ancor più delicato, per il fatto che essi sono a disposizione di tutti, e dunque il loro uso è meno controllabile che nelle tecnologie gestite da pochi esperti. Si accennano di seguito, senza approfondirle troppo, alcune questioni rilevanti.

La prima si può riassumere, parafrasando Giovenale¹¹, con la frase «l'IA ci controlla, chi controlla l'IA?». La realizzazione dei modelli generativi richiede una disponibilità di risorse di calcolo, e conseguenti costi, talmente enormi che solo un ristrettissimo gruppo di entità al mondo possono permettersi. Di fatto esse coincidono con le aziende *Big Tech* ben note, tutte private e a scopo di lucro, e con forti interessi economici in gioco. È, dunque, plausibile che vogliano favorire l'uso di questi sistemi, puntando anche su aspetti sensazionalistici, al fine di realizzare introiti e ottenere una fidelizzazione, che potrebbe poi trasformarsi in una qualche forma di dipendenza nei casi più patologici, degli utenti nei loro confronti.

10 Kate Payne, *An AI Chatbot Pushed a Teen To Kill Himself, a Lawsuit Against Its Creator Alleges*, «Associated Press», 26 ottobre 2024, <<https://apnews.com/article/chatbot-ai-lawsuit-suicide-teen-artificial-intelligence-9d48adc572100822> fd8c3c-90d1456bd0> (Ultima consultazione: 23 dicembre 2025); Ashley Belanger, *“ChatGPT ha ucciso mio figlio”, una famiglia ha fatto causa ad OpenAI per il suicidio di un adolescente*, «Wired», 27 agosto 2025, <<https://www.wired.it/article/chatgpt-suicidio-adolescente-adam-raine-causa-openai/>> (Ultima consultazione: 23 dicembre 2025).

11 «Quis custodiet ipsos custodes?» (Giovenale, *Saturae*, VI, 48-49).

Non meno degne di nota sono le questioni connesse alla sostenibilità, a causa del grande spreco di risorse necessario al funzionamento dei sistemi in questione. Calcoli fatti da fonti autorevoli riportano consumi di elettricità per alimentare i centri di calcolo che apprendono ed applicano i modelli, e di acqua potabile per poterli raffreddare, che molti ritengono inaccettabili, soprattutto nell'attuale contesto di crisi ambientale¹².

Altro problema di cui soffrono questi sistemi, come tutti i sistemi di apprendimento automatico, è quello dei cosiddetti *bias* (parzialità, pregiudizi, condizionamenti). I modelli apprendono statisticamente e poi riproducono nelle risposte quello che hanno visto/ascoltato/letto nelle fonti usate per l'addestramento, ma queste a loro volta sono ovviamente lo specchio di tutti i pregiudizi, gli stereotipi e le disuguaglianze che esistono nel mondo reale. Tentativi di forzare il superamento di tali *bias* (ad esempio, per favorire la parità di genere e l'inclusività) possono trasformarsi in falsi clamorosi o in peggiori disparità¹³.

Va anche citato il problema della voracità di dati da parte di questi modelli. Per addestrare modelli sempre più raffinati e potenti servono, oltre che più potenza di calcolo, sempre più dati, tanto che ormai quelli provenienti dal mondo reale non sono più sufficienti. Si è quindi iniziato a generarli artificialmente, a partire da modelli creati dagli esseri umani o dagli stessi sistemi di IA. Va da sé che questo ponga il problema della correttezza e affidabilità dei dati, nel primo caso, e della propagazione di errori e *bias*, nel secondo.

Infine, la questione che forse è più centrale per questo contributo. È chiaro che la tentazione di usare queste tecnologie in ambito professionale è forte: gli utenti comuni per evitare di rivolgersi a esperti, gli esperti per risparmiare lavoro. Invece di cercare, a volte con enorme

12 Pranshu Verma - Shelly Tan, *A Bottle of Water per Email: the Hidden Environmental Costs of Using AI Chatbots*, «The Washington Post», 18 settembre 2024, <<https://www.washingtonpost.com/technology/2024/09/18/energy-ai-use-electricity-water-data-centers/>> (Ultima consultazione: 23 dicembre 2025); Luca Colantuoni, *Quanta energia e acqua consuma ChatGPT?*, 23 settembre 2024, <<https://www.punto-informatico.it/quanta-energia-acqua-consumo-chatgpt/>> (Ultima consultazione: 23 dicembre 2025).

13 Chi scrive ha sperimentato direttamente la creazione di immagini di soldati tedeschi della Seconda guerra mondiale neri o asiatici, o la possibilità di rappresentare o sostenerne le posizioni meno prevalenti ma non quelle prevalenti in questioni controverse (nella fattispecie, si riuscivano ad ottenere risposte sulle posizioni pro-aborto ma non su quelle pro-vita).

fatica, le fonti, sforzarsi di leggerle accuratamente e valutarle, costruirsi un quadro globale in base al quale dare la propria risposta a un quesito, ed elaborare la risposta stessa, è molto più comodo rivolgersi al sistema di IA che fa tutto questo per noi: ha già letto una quantità di materiale che noi non saremmo in grado di leggere in tutta la nostra vita, e produce delle risposte originali che sembrano davvero quelle di un professionista, e a volte hanno la stessa qualità (o addirittura una qualità maggiore, visto che il sistema di IA può gestire molti più dati di quanti possa gestirne un essere umano). La domanda, però, è: quando la questione ha impatti diretti o indiretti sulla vita delle persone (intendendo non solo il rischio di morte o la salute, ma anche il benessere fisico, psicologico, sociale, economico), e qualcosa dovesse andare storto, cosa succederebbe? Non si può dare la colpa all'IA, perché comunque, anche per legge, l'essere umano resta responsabile del proprio operato, indipendentemente da quali strumenti abbia usato per giungere alle sue conclusioni o per decidere le sue azioni.

3. Discussione e lezioni apprese

Nei paragrafi precedenti si è messo l'accento più sui punti di debolezza dei modelli generativi e sui rischi che essi comportano, che sui loro punti di forza e vantaggi. Questo non deve essere preso per scetticismo (al contrario, chi scrive è un entusiasta e convinto sostenitore dell'IA in generale e dei modelli generativi in particolare). Era però necessario tentare di riequilibrare il fatto che oggi la stragrande maggioranza degli utenti non tecnici percepisce solo questi ultimi e ignora, in gran parte, i primi. In questo modo si è preparata la strada per una consapevolezza e una presa di coscienza che consentano di utilizzarli nel modo migliore, e di comprendere e saper bilanciare i rischi e le opportunità che essi comportano, soprattutto quando usati negli ambiti professionali, dove la questione si fa più delicata, sia per le conseguenze delle decisioni che si prendono in base ai loro responsi, sia per i risvolti di responsabilità ad esse connessi.

Parole chiave nell'uso dei sistemi di IA sono: Trasparenza (la capacità, per gli esseri umani, di comprendere il meccanismo sottostante il funzionamento del sistema), Credibilità (il grado di fiducia che si può avere in, e di affidamento che si può fare su, le risposte del sistema), Responsabilità (chi è il colpevole se qualcosa dovesse andare storto),

Comprendibilità (la capacità da parte di un essere umano di capire i risultati proposti dal sistema). Questi parametri si intrecciano fra loro: la credibilità è quella che può supportare la responsabilità, ma perché un sistema sia credibile ai nostri occhi dobbiamo essere in grado di comprenderne il funzionamento e le risposte. A differenza di altri sistemi creati dall'uomo, il funzionamento degli LLM, pur se compreso tecnicamente, non è collegato direttamente e in modo ovvio ai risultati che produce. Bisogna quindi focalizzarsi sulla comprensibilità, che a sua volta si potrebbe dividere in ‘interpretabilità’ (la capacità di evidenziare gli elementi della richiesta che sono stati rilevanti per ottenere la risposta), ‘giustificabilità’ (la possibilità di dare una possibile spiegazione per la risposta) e ‘spiegabilità’ (la possibilità di avere un resoconto analitico di tutti gli specifici passaggi di ragionamento che hanno portato alla risposta a partire dalla richiesta). Per quanto l’interpretabilità e la giustificabilità siano preziose, spesso è solo con la spiegabilità che possiamo verificare la solidità delle risposte, o capire in quali punti il ragionamento è fallace e tentare di porvi rimedio.

Se si vuole che l'uomo sia il beneficiario delle potenzialità dell'IA, che la sfrutta a suo vantaggio e non ne è succube, è necessario garantire la già citata antropocentricità, ossia che egli sia al centro dei processi di interazione e che ne mantenga il controllo. In questo modo potrà assumersi le sue responsabilità, a patto che il sistema di IA sia credibile, cosa che egli potrà determinare solo se gli sarà consentito di comprenderlo. La mancanza di comprensione, in situazioni cruciali o critiche, può portare al rischio di disastri¹⁴. I modelli generativi rientrano nell'approccio sub-simbolico all'IA, quello adatto a riprodurre aspetti della percezione e dell'intuizione negli esseri umani. In quanto tali non sono naturalmente comprensibili; si è lavorato per sviluppare delle soluzioni per rendere le tecniche sub-simboliche interpretabili, o per avere delle giustificazioni per le risposte, mentre è più difficile raggiungere in esse la piena spiegabilità. Sono forse il punto più alto finora raggiunto di potenza, un parametro su cui da anni si sta puntando in IA tramite l'aumento continuo della potenza computazionale disponibile e lo sfruttamento estremo delle risorse di calcolo.

Già negli anni '80 si percepiva il problema che la potenza di calcolo sfruttata dall'IA fosse andata ben oltre le capacità di controllo degli esseri umani; si può immaginare quale sia la situazione oggi, con potenze

14 Donald Michie - Rory Johnston, *The Creative Computer*, cit., pp. 56-60.

di calcolo milioni di volte maggiori di allora. Per fortuna, la potenza di un sistema di IA è indipendente dal tipo di approccio. Con qualunque approccio si può ottenere lo stesso livello di potenza, ma solo un ristretto insieme di approcci è compatibile con le rappresentazioni e gli schemi mentali degli esseri umani¹⁵. È importante quindi accompagnare le tecniche sub-simboliche, preziosissime, con tecniche che lavorino al nostro stesso livello di rappresentazione. A tal fine vengono in aiuto le tecniche simboliche dell'IA, che esprimono esplicitamente i concetti e la conoscenza, e possono automatizzare gli schemi inferenziali razionali usati dagli esseri umani: deduzione, abduzione, argomentazione, induzione, ragionamento incerto o vago ed altri. Queste tecniche sono quelle in grado di produrre, per le loro risposte, spiegazioni che esplcitano esattamente i passi di ragionamento seguiti per ottenerle, ed espresse allo stesso livello di rappresentazione in cui si esprimono gli esseri umani. Purtroppo, la spinta economica sta facendo sì che quasi tutta l'attenzione, non solo nei prodotti di IA ma anche nella ricerca, si stia spostando sui modelli generativi, mettendo sempre più in ombra le altre tecniche.

Quindi, come poter trarre il massimo beneficio dall'uso degli LLM ed evitare situazioni in cui la mancata comprensione può essere pericolosa o dannosa? Le due parole chiave in quest'ottica sono equilibrio e responsabilità. L'equilibrio significa non essere né catastrofisti né ciecamente fiduciosi nei confronti dell'IA; sapere che è uno strumento dalle potenzialità enormi, senza precedenti nella storia dell'umanità, che può portarci a livelli di efficacia e di efficienza inimmaginabili, ma sempre sotto il nostro controllo. La responsabilità, invece, impone che l'IA venga usata con cognizione di causa, prendendo le risposte come uno spunto da valutare con senso critico e da verificare, come un supporto alle decisioni e non come un oracolo. Questo consentirà di sfruttare al massimo i punti di forza dell'IA e degli esseri umani, compensando a vicenda i punti di debolezza. Un valido aiuto in questo senso potrebbe venire dall'uso di tecniche di IA simbolica che accompagnino, guidino e verifichino gli LLM. Come negli esseri umani coesistono e cooperano proficuamente il livello sub-simbolico e quello simbolico, così nei sistemi di IA questa collaborazione può diventare l'innesto di un ulteriore salto di qualità nell'ottica di una IA antropocentrica.

15 Donald Michie - Rory Johnston, *The Creative Computer*, Ivi, pp. 68-71.

Conclusioni

L'IA ha già vissuto una 'primavera', anche se non percepita dalla gente comune, generando molte aspettative che andarono deluse. Ciò creò un alone di diffidenza intorno all'intera disciplina e segnò l'inizio di un 'inverno' in cui essa era diventata, agli occhi dei non addetti ai lavori, poco credibile ed incapace di produrre soluzioni di una qualche utilità. Si è usciti in anni recentissimi dall'inverno con rinnovato vigore grazie alla disponibilità di una tecnologia innovativa, i modelli generativi, e in particolare della loro versione testuale (gli LLM). Se una volta l'IA suscitava diffidenza e timore (la stragrande maggioranza delle opere di fantascienza ne è la prova), oggi queste tecnologie stanno spostando l'atteggiamento verso l'estremo opposto, della totale esaltazione.

La loro potenza e i loro vantaggi sono sotto gli occhi di tutti: ci danno accesso a una quantità enorme di informazioni che altrimenti sarebbe per noi inaccessibile, e che ci può essere utile a risolvere problemi o prendere decisioni; producono in brevissimo tempo delle risposte che noi potremmo impiegare giorni o settimane per ottenere. Meno noti sono il loro funzionamento, i loro difetti (primo fra tutti, il fatto che non vi sia alcuna garanzia che i loro responsi e le relative spiegazioni siano corretti) e i rischi che esse possono comportare. La prima parte di questo contributo ha cercato di colmare questo divario, nell'ottica di sostenere un approccio equilibrato a queste tecnologie. Evitare i rischi è semplice: basta non abbandonarsi alla tentazione di usare l'IA ciecamente, ma analizzare criticamente e verificare i risultati che essa propone, mantenendo il controllo e assumendosi la responsabilità delle decisioni finali.

Meglio ancora, accompagnarle con tecniche di IA di tipo diverso, che rappresentano e manipolano la conoscenza in modo più simile agli esseri umani. Con un approccio equilibrato e coscienzioso si potranno ricavare enormi vantaggi da questo meraviglioso ritrovato tecnologico. Anche quando le risposte non fossero corrette, il leggerle e valutarle criticamente potrebbe consentire di giungere a conclusioni originali e inattese, come spesso il confronto fra colleghi di opinioni diverse ci porta a fare nel lavoro tradizionale. L'IA non va usata come un oracolo, ma come un prezioso compagno, che ha pregi e difetti complementari a quelli di noi esseri umani e quindi può compensare le nostre limitazioni: non si stanca, riesce a gestire quantità di dati enormi, sa anche essere creativa, ma non ha l'esperienza, l'intuito e le capacità logiche

Dareste le chiavi di casa a un LLM?

che abbiamo noi, e che sono il nostro valore aggiunto. In conclusione, quindi, alla domanda che dà il titolo a questo contributo: «daresti le chiavi di casa a un LLM?», io risponderei: le chiavi di casa no, ma lo inviterei volentieri a venirmi a trovare tutte le volte che vuole, meglio se in compagnia della sua anima gemella, le tecniche simboliche di IA, perché si completano a vicenda e sono fra i migliori amici artificiali di cui si possa desiderare la compagnia.

Come leggiamo nell'infinito ipertestuale?

Alessandra Venanzi

Abstract

Il presente contributo si propone di rispondere a una domanda: quali sono i percorsi individuali che il lettore compie nell'ampliamento testuale e quali motivazioni spingono l'iperlettore all'iperlettura? E ancora: le motivazioni di lettura sono sovrapponibili a quelle dell'iperlettura? Trovare risposte esaustive sarebbe pretenzioso, *in primis* perché si tratta di questioni semantiche e costantemente progressive; *in secundis* perché non esiste un antecedente concettuale né fattuale dell'ipertesto digitale. Si potrebbe obiettare che la lettura è sempre stata aumentata per natura, nel senso post-strutturalista della semiosi illimitata dell'opera, ma la difficoltà definitoria permane e prevale perché l'opera aperta non è mai stata aperta come oggi. Il nucleo dell'indagine è l'analisi delle pratiche di lettura aumentata, ossia delle operazioni di arricchimento della lettura di un testo attraverso contenuti informativi d'approfondimento disponibili online. Alcuni *focus group* hanno consentito la raccolta di dati qualitativi, qui selezionati, riletti e analizzati sulla base dei cinque fattori individuati da Beatrice Eleuteri che costituiscono le motivazioni di lettura. Seguendo metodologicamente Eleuteri, si è tentata l'individuazione delle motivazioni della lettura aumentata.

Parole chiave: lettura aumentata; ipertestualità; autodeterminazione.

This paper seeks to address a central question: what individual paths does the reader follow in textual expansion, and what motivations drive the hyper-reader toward hyper-reading? Furthermore, are the motivations for reading comparable to those underlying hyper-reading? Offering exhaustive answers would be presumptuous, first because these are semantic and constantly evolving issues, and second because there is no conceptual or factual precedent for digital hypertext. One might argue that reading has always been augmented by nature, in the poststructuralist sense of the unlimited semiosis of the open work, yet the definitional difficulty remains

and prevails, since the open work has never been as open as it is today. The study focuses on augmented reading practices – that is, on the processes of enriching text reading through online in-depth informational content. Several *focus groups* enabled the collection of qualitative data, here selected, reread, and analyzed according to the five factors identified by Beatrice Eleuteri as constituting the motivations for reading. Following Eleuteri's methodological approach, this paper attempts an initial identification of the motivations underlying augmented reading.

Keywords: augmented reading; hypertextuality; self-determination.

Percorsi erratici individuali tra motivazione ed emozione

Si inizi con una definizione. La lettura aumentata è una

operazione di approfondimento e allargamento della lettura di un testo (indipendentemente dalla natura del testo e dal supporto di lettura utilizzato, cartaceo o digitale) attraverso la consultazione, da parte di chi legge, di materiali, contenuti e risorse informative, di qualunque natura, disponibili online¹.

In altre parole, è un meccanismo semi-automatico che si attiva nel momento in cui il fruitore del testo si muove alla ricerca di informazioni altre, oltre il testo presentato, che conducono alla creazione di percorsi individuali mai definitivamente programmabili dall'autore. L'individualità dei percorsi inter-testuali, iper-testuali e – mi si passi la coniazione – oltre-testuali è il nucleo essenziale dell'indagine. Il titolo del paragrafo è tutt'altro che casuale: nella dimensione dell'errare c'è un andare non si sa bene dove, senza una previsione di sorta, partendo da un testo verso testi altri; le direzioni sono potenzialmente infinite, e lo sono tanto più nell'infinito digitale, infatti:

«[...] non c'è fine a quell'aumento. Una cosa è collegata all'altra. E tu segui quell'aumento perché, magari, non sei mai uscito da quell'aumento: magari, stai ancora dentro al primo libro che hai letto... *Geronimo Stilton!* Io sto ancora dentro a *Geronimo Stilton*²».

¹ Gino Roncaglia, *Letture aumentate, fra rete e intermedialità*, «AIB STUDI», 3 (2021), 61, pp. 603-609: 603, <<https://doi.org/10.2426/aibstudi-13360>> (Ultima consultazione 25 novembre 2025).

² Si tratta di un passo della trascrizione di un *focus group* condotto lo scorso anno per la mia tesi magistrale, dal titolo *Il testo oltre il testo: la lettura aumentata tra*

Dunque, cosa cerchiamo nel testo oltre il testo? In una realtà ipertestuale quale quella in cui siamo immersi, estendendosi i confini testuali oltre ogni paradigma spazio-temporale finora conosciuto, dove ci muoviamo alla ricerca del senso? Calati in un mondo densamente testuale, l'attribuzione di un senso è globalmente sempre più complessa.

Le variabili che determinano l'attuazione del comportamento di lettura sono tanto intrinseche quanto estrinseche: la motivazione e l'emozione sono spinte interne e personali; le esperienze socio-culturali e ambientali determinano, d'altronde, uno stimolo esterno, che influenza significativamente sull'affermazione e la stabilizzazione del comportamento di lettura. Non è un caso che un criterio di selezione dei partecipanti ai *focus group* qui in (minima) parte analizzati sia stato l'essere frequentatori assidui di testualità: erano tutti universitari e lettori. Quasi tutti hanno raccontato di aver iniziato a leggere da bambini, stimolati per la maggior parte dai genitori; pochi tra i partecipanti si dicono figli di non lettori.

Utilizzando il primo dei fattori d'analisi già usati da Beatrice Eleuteri nelle sue indagini sulle motivazioni di lettura degli adolescenti³, possiamo affermare, pur nella limitatezza del nostro campione, che la *Disposizione alla lettura*, pienamente intrinseca, risulta principale motivazione anche tra gli universitari:

la propensione alla lettura [...] influenza l'atteggiamento nei confronti di essa e nasce dall'associazione tra l'esperienza del leggere e la sperimentazione di emozioni positive quali piacere, senso di evasione, tranquillità e soddisfacimento della propria curiosità epistemica⁴.

Alla domanda «perché leggete?» alcune studentesse rispondono: «la lettura è un mezzo d'evasione». M.S. aggiunge: «La mia è [...] evasione dalla mia quotidianità, per imparare anche a relazionarmi col mondo esterno». Una motivazione comune, se non addirittura unanimemente condivisa, è dunque la necessità di stabilire una relazione con il testo e con l'autore, per poi trasferirla al di là del testo e calarla nella propria esistenza.

Si può dire che, di per sé, la lettura nella sua dimensione non aumentata – ma può davvero la lettura non essere aumentata? – è ipertestuale,

l'infinito e il vago ipertestuale (relatrice Prof.ssa Chiara Faggianoli). D'ora in avanti, ove non specificata altra fonte, il riferimento sarà alle trascrizioni dei *focus group*.

³ Beatrice Eleuteri, *Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica. Uno strumento per docenti e bibliotecari*, Milano: Editrice Bibliografica, 2023.

⁴ *Eadem, Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica, Ivi*, p. 141.

in quanto crea una relazione con le cose del mondo parlando delle cose del mondo; il più delle volte questa esigenza di contatto umano nel testo si trasferisce sul piano empatico, virando in senso del tutto opposto rispetto all'isolamento che, invece, percepiscono gli adolescenti come conseguenza del comportamento di lettura. Lo svantaggio sociale della lettura è uno dei cinque fattori che Eleuteri mette in luce tra gli adolescenti, che intendono la lettura «come attività inutile e obsoleta, non utile per il raggiungimento dei propri obiettivi economici e sociali⁵». In una parola, la lettura è, per gli adolescenti, isolamento. Al contrario, leggere è un comportamento nient'affatto isolante o asociale per gli universitari, i quali la intendono come attività del tutto relazionale:

A.R.: «[...] È bello vedere la differenza tra me e te, perché poi è di questo che si parla: dello scarto: quello che poi DAVVERO ci mette in relazione. Ed è bello pure vedere come una cosa che per me significa, e mi dà tantissimo in un determinato contesto magari per l'altro non è così, e ci vede tutto un altro mondo suo. È tutto molto... è un indicatore molto forte, un indice molto forte di noi stessi... questo».

È lo scarto, la differenza nell'attribuzione di significati che nell'autoperfettazione restituisce la possibilità della relazione: è il conoscersi per conoscere e definire i propri significati per collegarli ai significati degli altri. Le risposte che si cercano nei testi sono proprie ma non esclusive, e anzi consapevolmente inclusive dell'altro con cui empatizzare. Il libro e la lettura consentono di andare oltre i propri confini individuali e mettersi nei panni degli altri, vicini o meno vicini. Per sua stessa definizione, il testo è pieno di quei vuoti, di quei non-detti di cui parla Eco, per darci la possibilità di trovare il nostro senso, che è solo nostro.

Il testo è intessuto di spazi bianchi, di interstizi da riempire, e chi lo ha emesso prevedeva e li ha lasciati bianchi per due ragioni. Anzitutto perché un testo è un meccanismo pigro (economico) che vive sul plusvalore di senso introdotto dal destinatario (...). E in secondo luogo perché, via via che passa dalla funzione didascalica a quella estetica, un testo vuole lasciare al lettore l'iniziativa interpretativa, anche se di solito desidera essere interpretato con un margine sufficiente di univocità. Un testo vuole che qualcuno lo aiuti a funzionare⁶.

5 *Eadem, Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica, Ivi*, p. 146.

6 Umberto Eco, *Lector in fabula: la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Firenze: Bompiani, 1979, p. 265.

Riempiamo gli spazi bianchi tra una parola e l'altra, e il tempo di riflessione tra una riga e la seguente è il momento esatto in cui le nostre inferenze prevalgono sull'intenzione iniziale dell'autore. E «l'interpretazione», nelle parole di Tullio De Mauro, «si presenta così come una esplorazione che ha un inizio certo nel testo, ma non ha un limite certo⁷»; dunque, «interpretare i segni verbali significa viverli e riviverli in un lavoro di scavo e approfondimento del loro senso che può avere un limite ultimo solo con l'estinguersi dell'esistenza soggettiva⁸».

Ora, i percorsi erratici individuali sono semanticamente nucleari in qualunque tipo di testo, tanto più se si tratta di un testo aumentato. Nell'ampliamento testuale motivazione ed emozione si sovrappongono e confondono, e il grado di coinvolgimento empatico-relazionale risulta, in definitiva, essenziale. E non è essenziale solo in relazione alla motivazione e all'emozione: queste influiscono, a loro volta, sulla scelta del supporto di lettura. Più di frequente la lettura per piacere avviene sul supporto cartaceo; al contrario, per ciò che concerne le letture di lavoro o di studio la scelta non pare così netta a favore dell'uno o dell'altro supporto: la lettura in digitale è ampiamente frequentata e, in alcuni casi, è anzi preferita per la facilità del reperimento delle informazioni o delle fonti e per la gratuità dei contenuti. Inoltre, la lettura per piacere, proprio perché emotivamente coinvolgente, porta con sé il raggiungimento dell'esperienza di flusso. Molti degli intervistati hanno sottolineato che tale esperienza, grado massimo del coinvolgimento testuale, implica una dimensione quasi rituale della pratica di lettura:

N.S.: «[...] Io faccio le cose in maniera schematica: se mi metto a leggere, mi faccio una tisana, o comunque ho degli schemi fissi, e il fatto di non avere il libro cartaceo mi impedisce di immergermi, di essere completamente nel rituale».

R.: «Non senti la materialità?»

N.S.: «Non so spiegarlo... è come schiacciare un po' il cuscino prima di andare a dormire: non è una cosa che ti serve effettivamente per dormire, ma sai che, se non lo fai, ci pensi tutto il tempo. È un rituale. È come mettersi una coperta addosso, è un momento tuo».

In questo senso, è possibile escludere dall'indagine sulle modalità d'arricchimento testuale la lettura di piacere, poiché essa vive quasi

7 Tullio De Mauro, *Il valore delle parole*, Roma: Treccani, 2019, p. 198.

8 Tullio De Mauro, *Il valore delle parole*, *Ibidem*.

soltanto sulla più accogliente e più confortevole carta. La carta è, in una parola, più sicura. È la coperta di Linus.

M.N.: «Se devo leggere per piacere, leggo sul cartaceo perché mi piace IL RAPPORTO FISICO col libro: mi piace goderlo, sfogliarlo... fisicamente toccare. Magari può essere anche brutto o vecchio, non mi interessa l'estetica: mi interessa che LO TOCCO, è TANGIBILE. E anche la sicurezza di averlo: ho un rapporto particolare con la tecnologia e i supporti digitali, per cui ho sempre il terrore che mi si rompano, mi si blocchino; se devo leggere per piacere, io non devo avere l'ansia che poi mi si blocchi il libro e non posso andare avanti. Quindi, sì, la sicurezza, la certezza del libro che STA LÌ».

Si può forse concludere che la materialità del libro supporti l'esperienza di flusso nella lettura di piacere e ne sia prerogativa⁹. La lettura aumentata, di conseguenza, prevale come comportamento di lettura se spinta non tanto dalla pura ricerca del piacere quanto piuttosto dalla curiosità epistemica. L'approfondimento multischermo – sia esso indifferentemente digitale o cartaceo – avviene quando ci sia un interesse di tipo pratico:

E.M.: «Eh sì, va beh, parliamoci chiaro: uno se non fa un esame per cui deve sapere tutte le informazioni... uno non legge per avere la nuova scienza enciclopedica di Roma nel IV secolo a.C., credo. Non è che se ti perdi il nome di un console stai male. Almeno per me... Poi non lo so... Non mi interessa sapere tutti i re di Roma! Poi li so eh, ma per altri motivi...».

Quando non necessario, si tende a non ampliare. Tutto è troppo. E allora, si chiede E.M., perché, anziché aumentare il testo, non lo si riduce? La presa di distanza dall'eccesso e dalla pervasività del *mondo dei bit* è indispensabile: è troppo; troppo anche sul piano informativo, dove la sovrabbondanza è nauseante e fa girare la testa. È l'eccesso informativo che genera confusione. Nel labirintico World Wide Web la difficoltà di direzionamento è dovuta all'irreperibilità di una mappa

⁹ I dati sono in linea con la ricerca precedente: cfr. Ludovica Mastrobattista - Javier Merchán-Sánchez-Jara, *Identificación y análisis de factores de desapego de la lectura digital en el entorno académico: una revisión crítica de la bibliografía*, «Profesional De La información», 31 (2022), 2, <<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.07>> (Ultima consultazione 25 novembre 2025).

chiara, e non solo perché l'immissione di contenuti segue i ritmi di un flusso continuo – di qui la fatica di filtrarli e mapparli –, ma anche perché tali contenuti, pur globalmente interconnessi, tracciano infinite strade. Allora si approfondisce, ma solo quand'è strettamente necessario, quando lo richiede lo studio o il lavoro. Al contrario, si evita di approdare all'ennesimo contenuto, perché oltre alla noia e alla fatica, ci si allontana dal rischio della distrazione.

E.M.: «Se uno ha il telefonino, è pericolosissimo: stai lì e *te incagli*, c'è un sacco di roba... guarda che è un buco enorme! Un buco nero: da buco bianco [il non-detto, l'interstizio da riempire di cui parla Eco] a buco nero».

Aprire la pagina di un forum per saperne di più o guardare quel video su Youtube; ascoltare il podcast o vedere il film correlato alla lettura che si sta portando avanti, cercare il testo della colonna sonora; visualizzare la mappa di un luogo su Google Maps o viverlo virtualmente a 360° con Google Earth; accedere a Wikipedia per conoscere vita, morte e miracoli dell'autore del romanzo che stiamo leggendo; appassionarsi leggendo *Il nome della rosa* e perdersi tra i livelli di un videogioco con la stessa ambientazione; mandare un vocale su Whatsapp per spiegare perché quel libro ci sia piaciuto tanto; e così, all'infinito, seguendo l'inattesa curiosità che il testo possa suscitare, estendiamo la lettura. Ma fino a dove possiamo arrivare? I modi e i mezzi dell'apertura testuale sono chiari, e l'attualità dell'*opera aperta* è innegabile. In effetti, aumentare la lettura è oggi quantomai facile. Basta un click. Basta un *touch*.

La confusionaria sovrapposizione degli ambienti fisici e virtuali e il loro esistere nel sempre presente ipertempo¹⁰ comportano la difficoltà di scissione degli spazi e dei tempi tangibili o volatili. È significativo che sia proprio questo il sentimento comune che i partecipanti ai *focus group* riportano, rivendicando la necessità di una divisione degli ambienti di lettura. Affaticati: è così che ci sentiamo. Ed è così che gli studenti che hanno preso parte agli incontri si sentono: affaticati. Secondo Hartmut Rosa, «il sovraccarico di informazioni è causa del nostro senso di alienazione¹¹»; alienazione dallo spazio e dalle cose nello spazio collocate

10 Cfr. Pascal Chabot, *Avere tempo. Saggio di crono-sofia*, Roma: Treccani, 2023.

11 Hartmut Rosa, *Accelerazione e alienazione. Per una teoria critica del tempo nella tarda modernità*, Torino: Einaudi, 2015, p. 103.

che porta inevitabilmente all'alienazione dal nostro agire. Vorremmo leggere un testo in modo disinteressato, per il puro piacere di leggerlo, ma non riusciamo a farlo. Non vogliamo davvero fare quello che stiamo facendo: quest'involontarietà è una forma di automazione delle azioni. Non siamo noi a scegliere di leggere in un certo modo; è la rete che, per sua stessa morfologia, ci cattura e limita le nostre azioni nel campo dell'accidentale.

Lisa Iotti si autodefinisce brutalmente come «tossica digitale¹²»: lo siamo tutti, tutti incapaci del controllo sulle nostre azioni. Hartmut Rosa esemplifica l'automazione dei comportamenti, affermando che, ogni qualvolta tentasse di scrivere, stimoli e bisogni socialmente imposti lo guidavano altrove: «non so dire se volessi realmente navigare in questo modo - avevo una strana sensazione mentre lo facevo e questo lieve senso di malcontento cresceva a ogni nuovo click che facevo - perché non ho finito di leggere neppure uno degli articoli¹³». Dice V.D.: «ho un sacco di paper iniziati e mai finiti, perché alla prima cosa che trovo interessante ne apro altre quattordici e rimangono tutti così». In questo senso, spazi e tempi definiti e dedicati diventano necessari, perché il flusso informativo non consente di digerire quel groviglio di tanti concetti tra loro interrelati, ma - *ahinoi* - frammentati e conosciuti superficialmente.

La confusione genera confusione. Qualcuno sente il bisogno di una guida; qualcun altro sottolinea l'importanza del ruolo di mediatori quali docenti e genitori; qualcuno, poi, pensa che, da testo a testo, una semplificazione nel passaggio dell'informazione sarebbe necessaria. La frammentarietà e la superficialità della ricezione o del (mancato) assorbimento dell'informazione sono tematiche emerse di frequente durante i *focus group*. Qualche apocalittico tra i partecipanti sembra scettico di fronte al rischio della banalizzazione che il cambio del mezzo informativo porterebbe con sé: «Rispetto alla brevità dei *reel*, non ha senso e ho perso solo un sacco di tempo. Perché? Perché c'ha i glitter accanto! E questo nei libri non accade: nel libro, per vedere i glitter, devo leggere forse 150 pagine». Come darle torto? È opportuno vanificare il processo che costituisce il testo dall'ideazione alla strutturazione? Ironizza così E.M.: «scusami, quello [Karl Marx] poteva scrivere un foglio con

12 Lisa Iotti, *8 secondi. Viaggio nell'era della distrazione*, Milano: Il Saggiatore, 2020, p. 25.

13 Hartmut Rosa, *Accelerazione e alienazione*, cit., p. 105.

lo schema della rivoluzione!»; in effetti, «chi c'ha voglia di studiarsi Kant o Marx quando c'è una persona che in due minuti te li spiega?». Il rischio, a mio avviso, è che una visione del genere sia semplicistica. Concorda E.M.:

«*Il Capitale* quante persone l'hanno letto quando [Marx] l'ha scritto? Dieci str**** - scusate il francese - in una stanza. [...] Poi l'ha reso fruibile a migliaia di persone BANALIZZANDOLO: è un processo che c'è sempre stato nella storia del pensiero filosofico, e non solo. È sempre esistito. [...] Soltanto adesso, negli ultimi cento anni e in Occidente, abbiamo una grande quantità di persone che può leggere [...]. Ma quando scriveva Kant, chi leggeva Kant? Chi ascoltava Kant? Cinquanta persone in tutta Europa probabilmente. Adesso abbiamo gli strumenti che rendono queste informazioni molto più fruibili, meno elitarie. Secondo me, dare giudizi di valore su queste cose è impossibile, perché [...] ricadiamo sempre in "ciò che è nuovo è sbagliato". E si cade anche nel "ciò che è vecchio deve essere abbandonato". Ma anche lì c'è un errore».

Non solo tecnoscetticismo e tecnofobia, ma anche il vantaggio democratizzante dell'informazione sociale è dunque riconosciuto. Stabilire da che parte siano giusto e sbagliato non è necessario, ed è anche errato. Questo perché è un dato di fatto che i comportamenti di lettura siano cambiati, e sarebbe forse più vantaggioso approfittare della possibilità dell'individualizzazione della conoscenza. I bagagli culturali si fanno sempre più specifici, avendo la possibilità di articolarsi secondo modi e mezzi dell'utente. E, anche qui come in ogni campo, ognuno è diverso. Qualche linea di tendenza è di certo emersa, ma la diversificazione delle abitudini è altrettanto palese. E viene da pensare che, in questa libertà del mezzo, ancora resista un po' di libero arbitrio.

Resiste? Se non siamo noi a scegliere arbitrariamente cosa fare, se è sempre più complesso mettere a fuoco cosa realmente vorremmo fare, come ne usciamo? Nel tempo della scadenza, siamo abituati a programmare persino il tempo del piacere: ma dov'è il piacere quando ce lo si impone forzatamente? Quella costante «fame di sapere più cose possibili» è un bisogno che, invero, sentiamo tutti.

«Se leggo un libro che parla di un concetto calato in un periodo storico - perfetto! - vado a sentire il podcast su Spotify relativo a quel periodo, così, intanto, nei viaggi lunghi o nei tempi morti in metro, ascolto il contesto.»

F.C. inserisce la lettura con le orecchie *nei tempi morti*. Ma quali sono i tempi vivi? Di nuovo, l'arbitrio del lettore è libero quand'egli sia libero dagli impegni socialmente imposti. Chiamiamola come vogliamo, Hartmut Rosa la chiama competitività capitalistica¹⁴. Ma una domanda sorge spontanea: se persino il tempo del piacere diviene imposto, per il piacere di chi leggiamo?

Quali motivazioni per la lettura aumentata?

L'insistenza sul ribaltamento degli assi dello spazio e del tempo nell'iperspazio e nell'ipertempo digitali non è casuale, in quanto, se si parla di testualità, non si può tralasciare il contesto in cui i testi sono prodotti e ricevuti: composizione e interpretazione ipertestuali richiedono un nuovo punto d'osservazione, ed è questo che si è tentato di fare tramite l'approccio esplorativo qui proposto.

Nel 1943 lo psicologo statunitense Abraham H. Maslow, cercando le motivazioni alla base dei comportamenti umani, propose una teoria della motivazione umana (*theory of human motivation*¹⁵): l'essere umano, per raggiungere l'autorealizzazione, deve soddisfare bisogni gerarchicamente disposti in una piramide alla cui base si posizionano necessità fisiologiche e materiali:

1. Anzitutto, deve mantenere l'equilibrio omeostatico, che altro non è che la sopravvivenza, tramite la respirazione; deve poter appagare la fame e la sete, il sonno e gli istinti sessuali.
2. Soddisfatte le necessità bio-fisiologiche, emerge il bisogno di sicurezza e di protezione, che corrisponde all'integrità fisica, a uno stato di buona salute e, non di meno, al vivere in un ambiente sicuro.
3. Animale sociale e relazionale, l'essere umano che si sente sicuro sviluppa il bisogno di appartenenza: cerca rapporti coi simili in cui specchiarsi e
4. riconoscersi.

L'aver soddisfatto (1) i bisogni materiali legati alla sopravvivenza, (2) il bisogno di sicurezza e (3) di appartenenza, la necessità di (4) essere riconosciuti e stimati e, in una parola, autonomi, è prerogativa

14 Hartmut Rosa, *Accelerazione e alienazione*, cit., pp. 23-26.

15 Abraham Harold Maslow, *A Theory of human motivation*, in «Psychological Review», 50, pp. 370-396.

dell'ultimo dei bisogni: (5) l'autorealizzazione. Maslow pone tale necessità di essere in cima alla sua piramide, quale necessità psicologica più elevata. Gradino più alto della scala gerarchica implicazionale, essa non è altro che il raggiungimento della felicità.

Beatrice Eleuteri riprende la piramide delle necessità umane di Maslow e ne adatta i fattori all'indagine delle motivazioni di lettura tra gli adolescenti. Focalizzandosi sulle motivazioni di lettura e non-lettura tra gli adolescenti, l'autrice interseca tre principali teorie di riferimento e individua cinque fattori motivazionali intrinseci ed estrinseci¹⁶.

Si riprenderà qui il suo modello.

- a. «Quando la lettura e l'habitus del lettore diventano componenti fondativi dell'identità individuale, tanto da rispondere al bisogno di autorealizzazione e generare sentimenti di orgoglio¹⁷», Eleuteri parla di *autodeterminazione*.
- b. La «spinta interiore verso la lettura» è la *propensione*, che «nasce dall'associazione tra esperienza del leggere e sperimentazione di emozioni positive quali piacere, senso di evasione, tranquillità e soddisfacimento della propria curiosità epistemica¹⁸».
- c. «Quando ci si percepisce competenti nel leggere¹⁹» si sperimenta l'*autoefficacia*, fattore relazionale nella misura in cui «può formarsi tramite la comparazione con gli altri, la valutazione scolastica e in base alle esperienze avute con il mezzo scritto²⁰»: l'*autoefficacia* è dunque, al contempo, causa di e causata da un'«adeguata autostima²¹».

Rientra nei fattori della scala psicométrica di Eleuteri anche:

- d. il *riconoscimento sociale*, raggiunto quando si percepisce stima, interesse e accettazione da parte di insegnanti, docenti e coetanei.
- E, in ultimo:
- e. l'*utilità*, quando si ritenga la lettura come mezzo utile per il raggiungimento di obiettivi e benefici.

16 Cfr. Beatrice Eleuteri, *Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica*, cit., pp. 80-90.

17 *Eadem, Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica*, *Ivi*, p. 82.

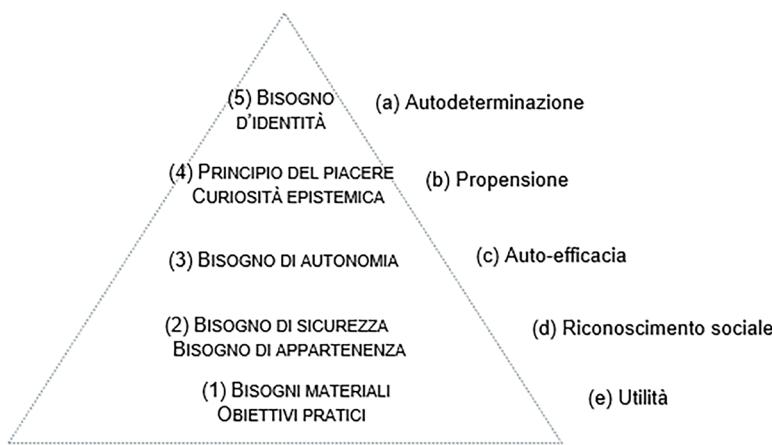
18 *Ibidem*.

19 *Ibidem*.

20 *Ivi*, p. 83.

21 *Ivi*, p. 82.

Autodeterminazione (a), propensione (b), autoefficacia (c), riconoscimento sociale (d) e utilità (e), se associati alla scala gerarchica implicazionale dei bisogni umani, possono restituire un quadro sulle motivazioni di lettura; Eleuteri fornisce uno schema piramidale per la gran parte sovrapponibile a quello già individuato da Maslow²²:



A ognuno dei cinque fattori è associata una proposizione specifica, utile per comprendere gli stimoli individuali o ambientali della lettura. L'autodeterminazione si attualizza nella proposizione “sono un lettore/non sono un lettore” e «rientra, insieme all'antropopoiesi, nei bisogni di autorealizzazione»²³: chi debba coltivare l'abitudine di lettura e alimentarne la motivazione, è necessario che «diventi fautore del proprio benessere e della propria costruzione di sé»²⁴. Per farlo, c'è bisogno che l'individuo sia propenso alla lettura: la propensione, correlata al piacere, si esplica nella proposizione “mi piace leggere/non mi piace leggere” e si concretizza, nell'atto del leggere, nella capacità

22 Lo schema è in Beatrice Eleuteri, *Educare e motivare la lettura nella biblioteca scolastica*, cit., p. 84. Nell'immagine gli elementi (1), (2), (3), (4) e (5) sono i bisogni di Maslow, mentre (a), (b), (c), (d) ed (e), i primi fattori individuati da Eleuteri, poi arricchiti in sede di analisi (cfr. le pp. 189-202).

23 Eadem, *Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica*, *Ivi*, pp. 88-89.

24 *Ivi*, p. 89.

di raggiungere l'esperienza di flusso. Se il testo incuriosisce e cattura, è difficile tornare indietro.

L'auto-efficacia, relativa all'auto-percezione della capacità di lettura e riassumibile attraverso la dicotomia oppositiva "posso leggere/non riesco a leggere", risponde alla ricerca di autonomia e autoefficacia, entrambe riconducibili al bisogno di stima: l'appagamento di tale bisogno conduce gli «individui tendenti a uno stato di bassa autostima e impotenza appresa [...] verso il potenziamento delle loro capacità di apprendimento e manipolazione delle informazioni, della messa in discussione senza timori delle proprie capacità e della ricerca di una qualità editoriale e letteraria sempre maggiore»²⁵.

Le proposizioni "agli altri piace, vogliono che legga/agli altri non piace, vogliono che non legga", riguardanti, com'è evidente, il riconoscimento sociale, si legano ai bisogni di sicurezza e appartenenza. Sentirsi parte di un gruppo è un bisogno intrinseco essenziale, così come lo è il riconoscimento estrinseco dell'appartenenza.

L'utilità, base della piramide di Maslow e ultimo dei fattori di Eleuteri – ma primo da soddisfare per l'acquisizione del comportamento di lettura e il suo consolidamento come abitudine –, è attualizzata dalle proposizioni "serve che io legga/non serve che io legga"²⁶.

Ma perché, in questa sede, insistere tanto sulle motivazioni della lettura? Un contributo che voglia indagare la dimensione aumentata della lettura presuppone l'avvio di una riflessione specifica. Non basta parlare di motivazioni di lettura perché a cambiare, con il dominio dell'ipertesto, è la lettura stessa, che si fa iperlettura. In quanto iper-, questa nuova modalità di frequentazione testuale, necessita di una riformulazione (anche) motivazionale. L'ipertesto, per la sua natura multiforme e potenzialmente illimitata – è, di nuovo, l'infinità della produzione e della possibilità semantica nella ricezione dei testi – richiede un ripensamento terminologico. L'abbiamo detto: se cambia il testo, cambia la lettura. Legittimamente, allora, ci si domanda: cambiano le motivazioni?

25 *Ivi*, p. 88.

26 Nell'ambito dell'analisi di Beatrice Eleuteri, i fattori qui brevemente descritti, associati con i bisogni intimamente umani di Maslow, ambiscono a una misurazione quantitativa della motivazione alla lettura: l'indagine punta infatti alla rilevazione dei comportamenti motivazionali tramite un questionario; i risultati vengono poi letti sulla base di scale psicometriche specifiche, per cui si consiglia l'approfondimento in Beatrice Eleuteri, *Educare e motivare la lettura nella biblioteca scolastica*, cit., pp. 99-171.

Data ormai per necessaria la lettura per lo sviluppo individuale e sociale della lettura²⁷ e data per scontata la nuova dimensione di immersione totale nell’ipertestualità digitale, ci si chiede: quali fattori stimolano l’ampliamento testuale? O, ancora: le motivazioni di lettura sono sovrapponibili alle motivazioni dell’iperlettura? In base a quanto già esposto, la risposta pare evidente: non del tutto. Anzi, adottando la combinazione dei fattori di Eleuteri, è possibile edificare una nuova piramide.

Ma, prima di procedere con la riflessione, preme sottolineare una delle ragioni che tale riflessione stimolano e sostengono: il tema affrontato non si limita necessariamente all’ambito in cui si colloca, ma presenta ricadute che travalicano il perimetro del contesto di riferimento. La discussione e l’osservazione delle pratiche di lettura aumentata degli studenti universitari permettono infatti di confermare tendenze e trasformazioni già ipotizzate che, motivate da un generale cambiamento di paradigma, incidono non solo sulla fruizione dei contenuti testuali ma anche, a monte, sulla progettazione dei prodotti editoriali. In altre parole, il mercato del libro, per rimanere sensibile ai bisogni di chi legge e di chi studia, non può ignorare il mutato paradigma della lettura e le nuove modalità di fruizione dei testi: è in questo senso che l’analisi proposta vuole inserirsi in una più ampia riflessione sulle conseguenze della lettura aumentata per la filiera editoriale. Collocandosi in uno scenario di ricerca che presenta ancora margini di approfondimento, il presente contributo, senza alcuna pretesa di offrire *feedback* mirati al settore dell’editoria e dell’editoria digitale in termini di ideazione e realizzazione dei contenuti, vuole però riflettere in maniera preliminare sulle motivazioni della lettura e della non lettura aumentata per individuare spunti di ricerca ulteriore. Contribuire all’individuazione

27 Marco Gambaro aveva parlato di «esternalità positive» della lettura, sostenendo che essa costituisce «un fattore fondamentale di formazione non solo culturale ma politico-civile, di costruzione di un’opinione pubblica informata e in grado di conoscere e giudicare; è – per dirla in sintesi – un elemento di cittadinanza. Ma è anche una pratica che [...] contribuisce a formare le personalità nella loro intimità». La lettura «produce effetti positivi di lungo periodo, tra cui un miglioramento delle posizioni lavorative, un aumento delle competenze letterarie, ma anche un incremento della speranza di vita o un rallentamento del deterioramento delle capacità cognitive in età avanzata». In questo senso, chi legge non solo vive meglio e più a lungo, ma contribuisce a «migliorare il processo di selezione politica e di partecipazione sociale». Per approfondire, cfr. Marco Gambaro, *Un quadro della lettura in Italia, in Il futuro del leggere. Giovani e lettura, una storia contemporanea*, a cura di A. P. Cappello, Roma: Castelvecchi, 2023, pp. 57-74: 57-58.

di soluzioni migliorative - non solo per l'editoria ma anche, evidentemente, per la didattica - è quanto ci si propone di realizzare in futuro.

Beatrice Eleuteri fornisce uno strumento scientificamente validato per studiare i diversi tipi di motivazione alla lettura. Dal momento che, come sì è ampiamente argomentato, le nuove pratiche di frequentazione testuale richiedono e determinano la necessità di nuove indicazioni e definizioni terminologiche, si ritiene utile adattare qui il quadro teorico utilizzato dalla studiosa per la lettura alla lettura aumentata. Pur con i limiti esistenti: anzitutto, lo studio di Eleuteri ha come fine principale la comprensione dei fattori e dei flussi motivazionali tipici di lettori e non lettori in età adolescenziale, mentre il nostro campione è giovane-adulto. Inoltre, lo scopo pratico-applicativo di fornire a docenti ed educatori uno strumento psicométrico di misurazione viene meno in questa sede, limitata a una fase esplorativa del fenomeno. Per questo, è necessario chiarire che l'adozione del modello di Eleuteri è soltanto concettuale, assumendone il quadro teorico per l'affinità tematica e per la solidità delle argomentazioni. In questo senso, il riferimento a Eleuteri costituisce un supporto utile per avviare una riflessione sulle possibili riformulazioni motivazionali richieste dall'iperlettura, pur nella piena consapevolezza dei limiti di trasferibilità e di adattabilità del modello.

Fatte le dovute premesse, si può procedere con un'ipotesi interpretativa dei dati qualitativi emersi dai *focus group* sulla base dei cinque fattori di Maslow-Eleuteri: risalendo la piramide, bisogno dopo bisogno, si tenta l'individuazione, pur sommaria, delle tendenze motivazionali nella lettura aumentata. È riconosciuta (e) l'utilità della lettura aumentata per il soddisfacimento degli obiettivi pratici? Il bisogno di sopravvivenza individuato da Maslow viene riformulato come il bisogno materiale della lettura da Eleuteri: «la lettura come tecnologia soddisfa da sempre dei bisogni pratici dell'uomo, soprattutto nel campo dell'informazione, in quanto ci fornisce dati specifici e circostanziati e permette un grado di complessità istruttoria crescente»²⁸. Ecco che, in questo senso, la lettura è indubbiamente *utile*. Ma cosa dire della lettura aumentata?

L'accento più volte posto dai partecipanti sull'eccesso informativo e sulla confusione che ne deriva è un elemento di indisposizione per l'iperlettore che, qualora voglia muoversi nel testo in tranquillità, predilige la vecchia e cara carta. A meno che non sappia già cosa cercare:

28 Beatrice Eleuteri, *Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica*, cit., p. 85.

in questo caso, riconosce l'utilità dell'ampliabilità testuale. Con questo non si vuole dire che non siano legittime del tutto le potenzialità informative della lettura aumentata: l'iperlettore, di fatto, amplia il testo per curiosità o interesse quando qualche elemento ne catturi l'attenzione; in questo senso non si può dire che non riconosca l'utilità dell'arricchimento ipertestuale. Ma l'ammissione di utilità si muove di pari passo con gli obiettivi che il lettore intende perseguire: se vuole emozionarsi o empatizzare, la lettura aumentata è inutile; quando voglia soddisfare le proprie curiosità epistemiche, l'arricchimento testuale viene concepito non solo come inutile, ma spesso anche come una pratica limitante perché distraente: se la lettura aumentata è percepita come un'attività «di bassa priorità o addirittura deleteria per il raggiungimento dei propri obiettivi»²⁹, essa si colloca, di fatto, all'esatto opposto dell'utilità.

Per quanto riguarda il (d) riconoscimento sociale della lettura aumentata, pare che le motivazioni siano per lo più sovrapponibili a quelle già individuate da Eleuteri per la lettura. Leggere è, sì, una pratica individuale, ma è in tutto e per tutto un'attività sociale. Si legge per sé, ma si legge anche per gli altri, di cui si ricerca la stima e, prima ancora, l'accettazione. Fa imprescindibilmente parte della natura umana il bisogno d'appartenenza: per questo, le motivazioni dell'iperlettore non si discostano di molto da quelle del lettore.

Ma c'è un ma. Nell'ipertempo capitalistico muta la relazione dell'uomo con l'altro uomo. In questo, gioca un ruolo di primaria importanza la riformulazione concettuale del paradigma spazio-temporale: con i social network le distanze propriamente spazio-temporali tra gli uomini si accorciano, e le percezioni si appiattiscono: siamo tutti più simili nei modi di pensare, di parlare, di comportarci, di vivere. Il paradosso consiste nell'accorciamento delle distanze fisiche e percettive, che, anziché farci sentire più vicini, genera un allontanamento relazionale tra gli esseri umani. Non è un caso che di frequente sia emersa la necessità della lettura come ponte tra il sé e l'altro, nel senso di una costruzione di relazioni empatiche: lettura, quindi, come immedesimazione e possibilità di vedere il mondo tramite gli occhi di qualcun altro³⁰.

29 *Ivi*, p. 84.

30 Scrive brillantemente Byung-chul Han che i social comportano l'«erosione della coesione sociale»; «l'essere in relazione viene sostituito dall'avere dei contatti. Nello spazio dei social media niente e nessuno ci sfiora e noi non sfioriamo niente e nessuno [...]. Il contatto, a differenza del toccare e del sentirsi toccati da qualcosa o qualcuno, non istituisce alcuna vicinanza» (*Contro la società dell'angoscia. Speranza e*

Tuttavia, non è soltanto il riallineamento degli assi percettivi a contare, perché esso porta con sé la ristrutturazione dello spazio e del tempo relazionali. La competitività, che già Hartmut Rosa aveva individuato come uno dei pilastri della società capitalistica occidentale, acquisisce qui particolare rilevanza: gli intervistati parlano di “fame di sapere più cose possibili”, e questo viscerale bisogno di efficienza e produttività a tutti i costi non può esser letto unicamente come individuale; anzitutto perché è un'esigenza diffusa; inoltre perché è proprio il motore della competizione sociale a farci muovere e a chiederci di tenere un passo che, di fatto, non riusciamo a tenere, se non al prezzo elevatissimo di perdere il fiato. Maslow poneva il bisogno di respirare alla base della sua piramide: altro che Autorealizzazione! Se non si respira, si muore.

Al centro della piramide, in risposta al bisogno di autonomia, (c) l'autoefficacia. La parola-chiave, in questo caso, è una: confusione. Il sovraffollamento percettivo-cognitivo, che si traduce in caos informativo, ci confonde. «Per leggere abbiamo innanzitutto bisogno di sentirsi competenti nel farlo»³¹, scrive Eleuteri. L'incapacità di muoversi nell'iper- ha una conseguenza diretta: la distrazione. Non riuscire a stare nel testo col testo, sperimentando l'esperienza di flusso, porta alla frustrazione di non poterlo fare e, di fatto, alla demotivazione. Ecco spiegato perché: se tutto è troppo, allora è meglio niente.

La sensazione generale è di non saper affrontare l'ipertestualità, nella quale si sente il bisogno di una guida. Le potenzialità positive della libertà di scelta di mezzi, modi e tempi di lettura sono riconosciute e permangono; ma, se la percezione è la mancanza d'auto-efficacia sommata all'impossibilità del raggiungimento dell'autonomia, l'individuizzazione del percorso della conoscenza si complica e nasce il bisogno di una mediazione.

Rispetto alla (b) propensione, che risponde al principio del piacere e al soddisfacimento della curiosità epistemica, non c'è molto da argomentare. In effetti, i dati testimoniano una distinzione nettissima tra ambienti e supporti di lettura in base all'uno – criterio edonistico – o

rivoluzione, Torino: Einaudi, 2025, p. 19). Sul tema della lettura come ponte sociale, cfr. Chiara Faggiani, *Libri insieme. Viaggio nelle nuove comunità della conoscenza*, Roma-Bari: Laterza, 2025; della stessa autrice, *Ogni libro è una comunità*, «La Ricerca», 28 (2025), pp. 18-21, <<https://laricerca.loescher.it/ogni-libro-e-una-comunita/>> (Ultima consultazione 25 novembre 2025).

31 Beatrice Eleuteri, *Educare e motivare alla lettura nella biblioteca scolastica*, cit., p. 87.

all’altro – criterio epistemico – stimolo. Se si legge per piacere, la lettura aumentata non viene quasi mai presa in considerazione, in quanto l’interruzione del flusso inficia l’esperienza emotiva. È chiara la tendenza: presi dalla lettura, i partecipanti non la interrompono; la lettura di piacere è aumentata soltanto in un momento successivo. Lì la creatività dell’iperlettore è illimitata, e si cerca tutto e dappertutto: libri, articoli, podcast, video, film, documentari, canzoni, luoghi virtuali come siti o forum, luoghi reali come quelli descritti dall’autore del libro o da lui concretamente vissuti: tutto e dappertutto.

Se la lettura per svago aumenta dopo, la lettura per dovere si declina, per certi versi, all’opposto: i partecipanti affermano di aumentare i testi, e di farlo sempre e in un tempo che non necessariamente è separato dal momento della lettura. La lettura per dovere è, dunque, aumentata: in generale, nessuno dei partecipanti legge su un unico *device* o sfruttando un unico medium. Anche quando si tratti di lettura interessata e per motivi di studio, le direzioni dei percorsi d’approfondimento individuali sono imprevedibili, così come lo sono le curiosità. La differenza è nei tempi: tali curiosità vengono tendenzialmente soddisfatte in un tempo immediato, interrompendo il flusso e aprendo infiniti link ipertestuali. E, per l’ennesima volta, ci si perde tra i mille fogli di carta e di bit.

Eleuteri individua (a) l’autodeterminazione come fattore di risposta al bisogno profondamente umano di identità. L’affermazione del sé è prerogativa specie-specifica e fine ultimo dell’esistenza psicologica; la lettura è un mezzo di auto-conoscenza e di conoscenza dell’altro da sé. Immedesimazione, identificazione, empatia, insite nell’atto di leggere, sono le spinte interiori e più intime che solo l’appagamento dei bisogni gerarchicamente implicati e il raggiungimento dell’autorealizzazione consentono di conquistare.

Relativamente alla lettura aumentata, la percezione generale dei partecipanti è che l’eccesso potenzialmente (e attualmente) apportato dall’arricchimento testuale comprometta il conseguimento dell’autodeterminazione. O, ancora meglio: la lettura aumentata limita l’autodeterminazione, intesa questa come «necessità di reiterazione del comportamento di lettura anche in chiave antropoietica e di affermazione del sé»³². L’avversione nei confronti dell’espansione testuale – si noti: è un’avversione solo dichiarata, perché tutti, nell’effettivo, aumentano il testo – allontana i partecipanti dall’autodefinirsi iperlettori: siamo,

32 *Ivi*, p. 82.

in questo senso, all'esatto opposto dell'autodeterminazione, nella misura in cui la lettura aumentata non viene percepita come fondativa dell'identità individuale ma, al contrario, è concepita «come qualcosa di estraneo da sé e per il quale si prova un tipo di sentimento che può collocarsi su un *continuum* che va dall'indifferenza al disprezzo»⁵³. Si può concludere che la lettura aumentata non è, di fatto, riconosciuta come mezzo autodeterminante identitario. Ma allora cosa determina lo *status* di iperlettore? Siamo tornati al punto di partenza.

L'impressione è che l'iperlettore non si definisce tale ma che, nell'effettivo della pratica di lettura, lo sia. L'immersione nell'ipertestualità è vera ed è fattuale ed è, per questo, innegabile. Il disallineamento tra la percezione del sé del lettore del testo iper- e le sue modalità di iper-lettura potrebbe derivare dal mancato riconoscimento della lettura aumentata come lettura. Potrebbe però anche conseguire dalla sovrapposizione concettuale tra libro e lettura; sovrapposizione oggi ancora più incoerente, data l'impossibilità di stabilire chiari confini testuali. In effetti, cos'è il testo oggi? (E il libro?).

53 *Ibidem.*

Riproporre i classici: le collane di adattamenti per bambini e ragazzi nel panorama editoriale attuale

Federica Gianelli

Abstract

Il contributo analizza il fenomeno ormai consolidato degli adattamenti dei grandi classici della letteratura nell'editoria per ragazzi, con l'obiettivo di renderli accessibili a un pubblico di giovanissimi. Tali riscritture, spesso pubblicate all'interno di collane, svolgono una duplice funzione: da un lato, promuovono l'accessibilità a opere di alto valore culturale, dall'altro rafforzano la credibilità e l'autorevolezza delle case editrici agli occhi di genitori e insegnanti. Il pubblico infantile, infatti, è profondamente cambiato nel corso degli anni, costringendo gli adattamenti ad aggiornare le proprie caratteristiche e adeguarsi alle esigenze cognitive ed emotive dei piccoli lettori di oggi. Sulla base dei dati AIE, il settore editoriale per ragazzi si conferma vivo e ricco di nuove proposte, ma deve confrontarsi con il crescente utilizzo di altre forme di intrattenimento, come i social media, piattaforme di narrazione che offrono contenuti rapidi e immediati, spesso fruitti in misura massiva e immersiva. Le sfide derivanti dal cambiamento delle capacità di comprensione del testo e di concentrazione su attività riflessive hanno spinto gli editori a introdurre elementi grafici e paratestuali, come giochi, fumetti e illustrazioni, per rendere i testi più coinvolgenti e alleggerire lo stile e le tematiche. Gli autori, spesso scelti tra i principali nell'ambito della scrittura per ragazzi, cercano tuttavia di mantenere la fedeltà al testo nell'atmosfera e nel ritmo. Altri ri-scrittori, invece, si lasciano ispirare dalle opere originali per cimentarsi in *retelling* e *spin-off*, spesso destinati a un pubblico *middle grade* e *young adult*. L'origine di queste pratiche risale a tempi remoti, sebbene la distinzione tra letteratura per adulti e per l'infanzia abbia acquisito rilevanza solo a partire dal XX secolo, contesto in cui l'emergere di studi pedagogici e psicologici ha evidenziato la necessità di una produzione letteraria specificamente concepita per i bisogni dei giovani lettori. Già all'epoca presero il via progetti editoriali destinati a passare alla storia: esempio emblematico fu "La Scala d'Oro" di UTET, una collana encyclopedica nata negli anni Trenta che proponeva

riscritture di classici, distinte per età dei lettori, complessità di testo e tematiche. Nello specifico, l'articolo presenta alcune collane attualmente in commercio. Tra queste, si citano i formati ridotti e colorati di Gallucci e Edizioni EL, la serializzazione delle "Grandi Parodie" Disney e dei classici di Geronimo Stilton, e le proposte inclusive come "I Classici con la CAA" di Erickson, pensate per lettori con bisogni speciali. Si può così affermare che gli adattamenti dei classici continuano a svolgere un ruolo fondamentale nell'avvicinare le nuove generazioni alla letteratura, con la speranza di creare lettori medio-forti in futuro.

Parole chiave: editoria per ragazzi; adattamenti; classici della letteratura.

The contribution analyses the now consolidated phenomenon of adaptations of literary classics in children's publishing, with the aim of making them accessible to a very young audience. These re-writings, often published in series, serve a dual purpose: on one hand, they promote access to works of high cultural value, and on the other, they strengthen the credibility and authority of publishing houses in the eyes of parents and teachers. Sure enough the audience has changed profoundly over the years, forcing adaptations to update their characteristics and adjust to the cognitive and emotional needs of today's young readers. According to AIE data, the children's publishing sector remains vibrant and rich in new proposals, but it must contend with the growing use of other forms of entertainment, such as social media – narrative platforms that offer quick, immediate content, often consumed in a massive and immersive way. The challenges arising from changes in text comprehension abilities and concentration on reflective activities have led publishers to introduce graphic and paratextual elements, such as games, balloons and illustrations, to make texts more engaging and to lighten style and themes. Authors, often selected from leading figures in children's literature, strive to maintain fidelity to the original text in terms of atmosphere and rhythm. Other rewriters, on the other hand, are inspired by the original works to create retellings and spin-offs, often targeted at a middle grade and young adult audience. The origin of these practices dates back to ancient times, although the distinction between adult and children's literature became significant only in the 20th century, when the emergence of pedagogical and psychological studies highlighted the need for a literary production specifically designed for the needs of young readers. It was precisely during this time that editorial projects destined to make history were launched. A notable example was "La Scala d'Oro" by UTET, an encyclopedic series launched in the 1930s that offered re-writings of classics, categorized by the readers; age, text complexity, and themes. Specifically, the article presents several book

series currently on the market. Among them are the small, colourful formats from Gallucci and Edizioni EL, the serialization of Disney's "Great Parodies" and Geronimo Stilton's classics, and inclusive offerings like "I Classici con la CAA" from Erickson, designed for readers with special needs. Therefore, the adaptation of classics continues to play a key role in introducing new generations to literature, with the hope of creating strong middle-grade readers in the future.

Keywords: Children's Publishing; Adaptations; Classic Literature.

La lettura oggi

Nell'immaginario collettivo contemporaneo, i classici occupano un posto di rilievo.¹ Spesso citati come emblema di cultura e autorevolezza, riferimenti imprescindibili e indispensabili nella formazione culturale e identitaria di ogni individuo, continuano a essere rilanciati e riproposti in forme sempre nuove. Adattamenti cinematografici e seriali, videogame, fumetti, e soprattutto riduzioni testuali per bambini e ragazzi: il tentativo è sempre mantenerli vivi e accessibili, con ogni sforzo e ogni mezzo. «Se un giorno l'avrà amato vorrà rileggerlo», scriveva per esempio don Milani per giustificare la realizzazione di un'edizione semplificata de *I Promessi Sposi* a uso degli studenti della scuola di Barbiana.² Ma questo impegno solleva alcuni interrogativi. Che cosa intendiamo oggi quando parliamo di "classici"? Quanto valore hanno ancora? E soprattutto, perché gli editori italiani cercano continuamente di rinnovarne la voce?

Per rispondere a queste domande occorre però partire dal contesto editoriale attuale. Il settore per bambini e ragazzi è, al momento, uno dei più redditizi, e lo confermano i dati AIE nel *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2025*. Ha costituito infatti circa l'11% delle novità prodotte nel corso dell'anno, e l'indice di lettura nella popolazione 0-14 anni si colloca attorno a un solido 99% (contro il 64% della fascia

1 Il contributo è frutto della tesi magistrale di Federica Gianelli, «*Se un giorno l'avrà amato vorrà rileggerlo. Adattamenti e riscritture per ragazzi in Italia (1930-2023)*», Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore, 2024, 232 pagine.

2 Per il testo completo si veda Lorenzo Milani, *Scritti*, a cura di Gianfranco Riccioni, Firenze: Luciano Manzuoli Editore, 1982, pp. 122-123.

55-74 anni).³ Tuttavia, «l’odierna scrittura per ragazzi testimonia [...] i significativi cambiamenti sociali, culturali, tecnologici, di mentalità e di costume verificatisi negli ultimi decenni».⁴ La lettura si colloca ancora tra i passatempi più praticati solo nelle fasce di età più giovani e maggiormente sorvegliate dagli adulti e dalla scuola, più che per decisione autonoma. Tende a essere vissuta come obbligo, «che riesce, per antica testimonianza a fare irrimediabilmente odiare i classici che propone».⁵ I lettori nella fascia 6-14 anni vi dedicherebbero un tempo non particolarmente consistente: si parla di circa 17 minuti al giorno. E con l’augmentare dell’età, lo spazio per la lettura è destinato a diminuire, vista l’ampia offerta di attività alternative disponibili nel tempo libero (soprattutto in versione digitale).⁶ Studi recenti, infatti, confermerebbero il crescente impatto delle nuove tecnologie sulle strutture cerebrali dei giovani, con ripercussioni significative anche nell’esercizio della lettura.

Secondo la neuroscienziata Maryanne Wolf, il cervello umano non sarebbe nato per leggere, ma è stato in grado di elaborare questa abilità solo secondo un processo evolutivo durato più di sei mila anni.⁷ La lettura è un’attività complessa, ammirabile per precisione ed efficacia, e che coinvolge simultaneamente diverse aree cerebrali.⁸ È quindi un’attività totalizzante, che richiede la massima attenzione da parte del soggetto impegnato.⁹ Dal punto di vista pedagogico, invece, le viene attribuito

3 *Rapporto sullo stato dell’editoria in Italia consolidato 2024 e primi sei mesi del 2025*, a cura dell’Ufficio Studi AIE, Milano: AIE, 2025.

4 Angelo Nobile, *Letteratura giovanile. Da Pinocchio a Peppa Pig*, Brescia: La Scuola, 2015, p. 254.

5 Roberta Cardarello, *Libri e bambini. La prima formazione del lettore*, Firenze: La Nuova Italia, 1995, p. 7.

6 Si dice infatti: «nella fascia dei bambini di 4-6 anni, la lettura come passatempo si colloca al terzo posto tra tutte le attività, con il 61% delle indicazioni. Resta al terzo posto tra anche tra i 7-9enni, ma con il 29% delle indicazioni, e la ritroviamo in 15esima posizione, con il 7% delle indicazioni, tra i 10-14enni». Si cita in questo caso il Rapporto 2023, più completo per i dati sulle abitudini di lettura per bambini e ragazzi. Rapporto sullo stato dell’editoria in Italia consolidato 2023 e primi sei mesi del 2024, a cura dell’Ufficio Studi AIE, Milano: AIE, 2024, p. 66.

7 Maryanne Wolf, *Lettore vieni a casa. Il cervello che legge in un mondo digitale*, Milano: Vita e Pensiero, 2018, p. 10.

8 È stato infatti osservato come la sola visione della parola scritta attivi le regioni occipitali bilaterali, l’emisfero sinistro occipitale e temporale, e persino le aree temporali superiori, sedi delle regioni uditive primarie.

9 Stanislas Dehaene, *I neuroni della lettura*, Milano: Raffaello Cortina, 2009, pp. 11-60.

grande valore: amplia non solo la conoscenza intellettuale del bambino, ma agevola anche il suo sviluppo emotivo, attraverso l'immaginazione e l'empatia. Perché questo accada, il lettore deve approcciarsi al testo con «occhio tranquillo», ma in un mondo pervaso dai *mass media* non è facile.¹⁰ Si parla soprattutto di lettura superficiale (*skimming*), in cui si privilegiano le parti iniziali e alcune sezioni centrali del testo (*skipping*) e per scorrimento veloce (*scrolling*).¹¹

I comportamenti di oggi descrivono un modo frenetico di approcciarsi al testo, e soprattutto i lettori sono sempre meno attenti a ciò che leggono, meno pazienti, faticano a comprenderne le particolarità retoriche e non ne ricordano i dettagli della trama.¹² Manca il tempo per interiorizzare le informazioni recepite e per creare correlazioni significative tra ciò che si è imparato. È infatti sempre più difficile concentrarsi su testi di lunghezza relativa, soprattutto se complessi dal punto di vista retorico. La situazione verte invece a vantaggio della visione non alfabetica: nei bambini si rafforzano le abilità spazio-visuali e uditive, e aumentano le capacità di comprensione dei nuovi alfabeti elettronici dell'informatica e della telematica, tendenti alla schematizzazione e all'astrazione.¹³ Un fenomeno estremamente complesso, quindi, ma che educatori, insegnanti, genitori e, in questo caso, editori stanno cercando di arginare con nuove iniziative di sensibilizzazione e di avvicinamento alla lettura, talvolta attraverso le nuove tecnologie. Per mantenere il ruolo centrale di mediatori culturali, i romanzi, e di conseguenza i grandi classici, devono imparare a ri-adattarsi, aggiornandosi al linguaggio che oggi sembra essere più comprensibile.

Cos'è un classico

Il termine *classicus* affonda le sue radici nella tradizione latina, dove designava i cittadini appartenenti alla prima classe di censo. Ma sin dai primi utilizzi, i critici letterari più antichi hanno iniziato a estenderlo a sinonimo di scrittori di maggiore autorità e prestigio. Primo tra tutti, infatti, fu Aulo Gellio, che nelle *Notti attiche* distinse gli *scriptores classici*,

10 M. Woolf, *Lettore, vieni a casa*, cit., p. 69.

11 Per approfondire: Enrico Meglioli, *Sfogliare o scrollare? Il futuro della lettura, tra cartaceo e digitale*, «Testo e Senso», XXIII, 2021, pp. 215-231.

12 Enrico Meglioli, *Sfogliare o scrollare?*, cit., *Ivi*, pp. 69-100.

13 A. Nobile, *Letteratura giovanile*, p. 9.

sufficientemente antichi da essere autorevoli, dagli *scripoteres proletarii*, troppo contemporanei per essere percepiti come modelli narrativi e retorici.¹⁴ Da allora, il concetto di “classico” ha attraversato i secoli, sovrapponendosi al *kanon* riconosciuto e condiviso. Il termine, di derivazione greca, designava in origine un’unità di misura. Per estensione è ora considerato sinonimo di “paragone”, “parametro”. È il risultato di un processo di accumulo sul lungo periodo, di un graduale superamento di mode e gusti del momento, spesso per l’intervento di personalità culturalmente influenti. E progressivamente, diventa un modello a cui aderire con rigore o da cui distaccarsi. Progetti editoriali come gli *en-chiridia* di Aldo Manuzio furono decisivi nel delineare un florilegio di opere latine e greche, ma anche prosa e poesia volgare.¹⁵ Grazie alla collaborazione di filologi e umanisti, infatti, ne presentò i testi integrali secondo le *lectio* migliori, dando loro per la prima volta la stessa dignità testuale, senza distinzione alcuna tra antichi e moderni. E ancora, la *Storia della letteratura italiana* di Francesco De Sanctis influenzò percorsi scolastici e critici fino agli anni più recenti, unendo l’Italia non solo dal punto di vista culturale, ma anche politico.

L’aura di sacralità che riveste i classici è un vero e proprio mistero letterario. Non è detto, infatti, che siano i libri migliori di un’epoca a essere conservati e passare alla storia, ma spesso anche libri considerati più significativi non sono sopravvissuti al passare del tempo. Quando un testo è considerato di alta qualità? Le caratteristiche che lo rendono buono sono così evidenti? Chi può decidere della rilevanza di un libro? Sono tutti quesiti ancora aperti presso le comunità di studiosi e che forse non troveranno mai una risposta definitiva. Ma se tradizionalmente la «canonizzazione “oggettifica” e sacralizza le opere, cristallizzandole e rendendole inviolabili», oggi l’accezione di “classico” è ancora più

14 Il concetto è espresso nel penultimo libro (XIX 8 15). Durante un simposio svolto in casa sua, il pedante erudito Cornelio Frontone conduce una discussione incentrata sulla grammatica: si trattava di stabilire se la parola *harena* potesse essere usata anche al plurale, e se la parola *quadrigae* potesse essere usata anche al singolare. Rendendosi conto che la disputa non era appassionante per i suoi commensali, congeda gli ospiti così: «*Ite ergo nunc et, quando forte erit otium, quaerite, an “quadrigam” et “harenas” dixerit e cohorte illa dumataxat antiquiore uel oratorum aliquis uel poetarum, id est classicus adsiduusque aliquis scriptor, non proletarius*». Si veda Aulo Gellio, *Notti Attiche*, traduzione e note di Luigi Rusca, vol. II, Milano: Rizzoli, 2001, p. 1274.

15 Si veda: Martin Davies, *Aldo Manuzio, uomo ed editore*, in *Aldo Manuzio. L’uomo, l’editore, il mito*, Roma: Carocci, 2019, pp. 13-54.

ampia.¹⁶ Non è semplicemente un modello, un'ispirazione stilistica. Secondo Italo Calvino è un'opera in grado di arricchire il lettore, che ha ormai interiorizzato meccanismi che tutti conoscono bene e che può generare su di sé un «pulviscolo di discorsi critici».¹⁷ Ne consegue che ogni lettura «è una lettura di scoperta come la prima», perché il classico «non ha mai finito di dire quello che ha da dire».¹⁸ Dall'altro lato, questi testi rischiano di essere vittime della loro stessa fama: più citati che letti, spesso sono percepiti come distanti, ostici, o addirittura inaccessibili, soprattutto dalle nuove generazioni. Proprio a partire da questa tensione nasce l'interesse per l'adattamento dei classici in chiave moderna e, in particolare, per l'incontro tra i grandi testi della tradizione e il pubblico dell'infanzia e dell'adolescenza. Quali strategie si mettono in atto per rendere i classici leggibili e significativi per i lettori più giovani? Quali elementi si conservano e quali si trasformano? E, soprattutto, che cosa resta davvero «classico» in un classico che cambia forma per essere raccontato ai ragazzi?

Perché adattare: superare l'incomunicabilità del testo

La pratica di adattare i classici della letteratura nasce da un impulso educativo antico quanto la tradizione stessa della lettura. Fin dall'età classica, infatti, l'idea che la letteratura dovesse unire *utilitas* e *voluptas* è alla base di una lunga linea di pensiero che da Orazio conduce fino ai teorici dell'educazione moderna. L'invito oraziano, espresso nell'*Ars poetica* («*Omne tulit punctum qui miscuit utile dulci, / lectorem delectando pariterque monendo*»), assume nel tempo una valenza formativa: il piacere della lettura come veicolo di apprendimento morale, linguistico e culturale.¹⁹

In epoca medievale, tale principio trova applicazione nelle prime forme di adattamento e di semplificazione narrativa, rivolte non tanto ai bambini in senso moderno, quanto agli adulti analfabeti o ai lettori di formazione elementare. Come osserva Bennett Brockman, la letteratura

16 Valeria Illuminati, *La traduzione dei classici per l'infanzia in una prospettiva di genere*, Bologna: Bologna University Press, 2022, p. 32.

17 Italo Calvino, *Italiani, vi esorto ai classici*, «L'Espresso» (28 giugno 1981), pp. 58-68: 59.

18 Italo Calvino, *Italiani, vi esorto ai classici*, cit., *Ivi*, pp. 60-62.

19 Si citano i vv. 343 e 344.

medievale per l'infanzia «non era tanto un genere distinto, quanto un insieme di testi adattati alla comprensione dei meno istruiti, nei quali l'intento educativo prevaleva sulla finalità estetica».²⁰ Le prime forme di mediazione testuale si rintracciano dunque nei Salteri, nei Donati e nei brevi testi morali o agiografici, destinati alla formazione religiosa dei giovanissimi e degli illetterati. Mancava, tuttavia, una piena consapevolezza della gradualità della lettura, che sarebbe emersa soltanto nei secoli successivi, con la nascita della pedagogia moderna. La letteratura era quindi specchio di una società medievale che non destinava all'infanzia uno spazio specifico, almeno fino all'avvento del Cristianesimo. Lo sviluppo di una sensibilità diffusa nei confronti di deboli e indifesi e l'ispirazione all'immagine di Cristo in fasce elevò il bambino a interprete del pensiero divino, incapace di provare collera o rancore.²¹ Che fosse esaltato o screditato come essere imperfetto, il bambino doveva comunque essere formato ed educato, sempre secondo i dettami, talvolta rigidi, delle Scritture.

Solo a partire dall'età moderna ne consegue la nascita dei primi sistemi educativi domestici, a diffusione scolastica e capillare. Il bambino è considerato un soggetto in cui investire, «da curare con cognizione di causa», perché darà prestigio e solidità alla famiglia nella società civile e mercantile.²² Con l'avvento della stampa, infatti, l'alfabetizzazione diventa un criterio fondamentale per la definizione del potere adulto.²³ E se l'infanzia manteneva il fascino di un momento magico della vita umana, allora era indispensabile procedere sin da subito con una formazione corretta e completa, e soprattutto accessibile. Il primo teorico degli adattamenti è stato infatti Maffeo Vegio, che nel *De*

20 Si vedano le indagini di Bennett Brockman in: Gillian Adams, *Medieval Children's Literature: Its Possibility and Actuality*, «Children's Literature», XXVI (1998), pp. 1-24: 2.

21 Per approfondire, si segnalano le riflessioni di Clemente Alessandrino, autore di uno dei primi elogi dedicati all'infanzia, e di Sant'Agostino da Ippona, che invece ne metteva in risalto il lato maturo e imperfetto, provo di disciplina e inerte di fronte ai peccati del mondo. Angela Giallongo, *Il bambino medievale. Educazione ed infanzia nel Medioevo*, Bari: Dedalo, 1997.

22 Egle Becchi, *Umanesimo e Rinascimento*, in *Storia dell'infanzia I. Dall'antichità al Seicento*, a cura di Egle Becchi e Dominique Julia, Bari: Laterza, 1996, pp. 115-154.

23 Si vedano le teorie di: Neil Postman, *La scomparsa dell'infanzia*, Roma: Armando, 1984, riprese da: Gabriella Mangiarotti Fruguele, *Dalla scoperta alla scomparsa dell'infanzia*, «Studi di Sociologia», XXVIII (1990), pp. 387-398.

educatione liberorum et eorum claris moribus (1443) si schiera a favore di una «succinta esposizione [di contenuti], fatta con semplicità di linguaggio, a scopo di ricreazione e di svago».²⁴ Saranno le capacità acquisite negli anni successivi a dargli la possibilità di recuperare una volta adulto gli stessi autori e concetti che aveva appreso da bambino, e li troverà di più facile comprensione. Si tratta di una prima consapevole riflessione sulla necessità di adattare il linguaggio e la struttura dei testi al livello di competenza del lettore: una sorta di pedagogia del racconto, che anticipa la funzione moderna dell'adattamento letterario.

Rimane cardine quindi la figura del precettore, dell'adulto autorevole che si pone come guida del giovane discepolo in formazione. Dalla prima elaborazione teorica dell'*Emilio. Trattato sull'educazione* di Rousseau (1762), in cui il *gouverneur* deve insegnare secondo le modalità consone all'età dell'allievo, l'adulto si pone come filtro di conoscenze, anche nelle letture. Scriveva Salgari: «non tocca ai ragazzi scegliere i libri che devono leggere, ma a chi li educa».²⁵ Allo stesso modo, la produzione per l'infanzia si nutre del duplice intento di formare cittadini morali e lettori autonomi. L'Ottocento, in particolare, rappresenta il momento in cui la letteratura per ragazzi diviene ufficialmente strumento educativo, in linea con le nuove teorie pedagogiche e con il progetto di alfabetizzazione e unificazione linguistica dell'Italia post-unitaria.²⁶ Nascono le prime case editrici specializzate nei libri di contenuto popolare, con le prime collane di classici pensate per una diffusione su larga scala. I romanzi di Collodi e De Amicis diventano veicolo per la crescita culturale del giovane lettore, una “porta d'ingresso” al patrimonio letterario nazionale. È curioso notare come, già nella seconda metà del secolo, si contino edizioni adattate di grandi opere per l'infanzia, soprattutto provenienti da oltre oceano, tra cui *La capanna dello zio Tom*.²⁷ In quest'epoca, infatti, non esistevano ancora convenzioni in-

24 Maffeo Vegio, *L'educazione dei figli e i loro buoni costumi*, a cura di Eugenio Garin, Firenze: Giunti-Sansoni, 1958, p. 191.

25 Pino Boero, *Alla frontiera. Momenti, generi e temi della letteratura per l'infanzia*, Trieste: Einaudi Ragazzi, 1997, p. 87.

26 Si fa riferimento alla commissione di studiosi nominata nel 1886 dal ministro della Pubblica Istruzione Broglio, fondamentale per elaborare un progetto organico di intervento per la questione linguistica. Si propone allora il fiorentino parlato colto come lingua di riferimento, da allora utilizzata nei testi scolastici e nei libri di amena lettura.

27 Alberto Cadioli - Giuliano Vigini, *Storia dell'editoria in Italia. Dall'Unità a oggi*, Milano: Editrice Bibliografica, 2018, p. 30.

ternazionali per tutelare il diritto d'autore.²⁸ Erano allora diffusi come testi integrali e originali, traduzioni e riduzioni di romanzi celebri. Si pensi per esempio ai romanzi di Jules Verne, di gran successo in Italia già dagli anni Settanta dell'Ottocento. Senza prendere accordi con la casa editrice originale, infatti, il milanese Giovanni Gnocchi realizzò un'edizione italiana di *Cinq semaines en ballon*, modificata nel titolo e la rimozione di ben quattro capitoli.²⁹ Gli intenti di queste riscritture potevano essere diversi: dalla propaganda politica alla censura da elementi troppo paurosi o scabrosi, dagli ausili didattici ai tentativi di adattamento ai nuovi linguaggi mediatici.

La tendenza prosegue nel Novecento, quando sul mercato compaiono le prime *readers guides*, riferimenti veloci e riassuntivi dei grandi classici. Grande popolarità raggiunse la rivista statunitense «Reader's Digest», fondata nel 1922, che ogni mese pubblicava un libro condensato, la versione ridotta in poco più di cento pagine di un *bestseller* della letteratura moderna e contemporanea nordamericana.³⁰ Un primo tentativo di abbattere le barriere di una pratica sempre più difficile come la lettura, ostacolata dalla mancanza di tempo e di attenzione. Si pone dunque come strumento di accessibilità cognitiva, capace di mantenere vivo l'incontro tra il lettore e il testo originario. Semplificare un testo non significa banalizzarlo, ma è una vera e propria pratica di inclusione e di investimento per il futuro: chi oggi leggerà una versione adattata di *Moby Dick* o *I promessi sposi*, un giorno, se li avrà amati, "vorrà rileggerli".

È lecito adattare?

Anche se è stato a lungo percepito come un'operazione di minore dignità rispetto alla creazione originale, l'adattamento ha ormai acquisito una propria autonomia estetica e culturale. La tutela della produzione

28 Per approfondire: Maria Iolanda Palazzolo, *L'editore come autore: traduzioni e libri per ragazzi*, in *Editori e piccoli lettori tra Otto e Novecento*, a cura di Luisa Finocchi - Ada Gigli Marchetti, Roma: Franco Angeli, 2004, pp. 72-82: 74.

29 Per un'analisi più approfondita: Erica Crespi, *Viaggi straordinari alla riscoperta di Jules Verne*, in *Tra cultura e mercato. Storie di editoria contemporanea*, a cura di Arianna Leonetti, Dueville: Ronzani Editore, 2022, pp. 35-58.

30 Filippo De Fazio, "Selezione dal Reader's Digest": l'Italia del boom che s'appaionava alla lettura, «Kulturjam» (23 aprile 2024): <<https://www.kulturjam.it/editoria-narrazioni/selezione-dal-readers-digest-italia-del-boom/>> (ultima consultazione 27 ottobre 2025).

creativa degli autori, infatti, è un'invenzione relativamente recente. In Inghilterra si dovette aspettare il 1710, con il *Copyright Act* promulgato dalla regina Anna Stuart, prima limitazione significativa alla totale libertà di stampa di tipografi e librai. La normativa di riferimento vigente è però la legge 22 aprile 1941, n. 633 sul diritto d'autore, figlia della prima Convenzione di Berna (datata 9 settembre 1886). L'articolo 4, infatti, definisce le *opere derivate* come qualsiasi opera che costituisca un «rifacimento sostanziale all'opera originaria», purché l'autore non pregiudichi i diritti dell'opera di partenza. L'articolo 117 conferisce all'adattatore piena legittimità artistica e autoriale: si tratta sempre di creazioni originali dell'ingegno, e in quanto tali meritano la tutela della loro proprietà intellettuale.

Ma quali sono le implicazioni narrative ed etiche di riadattare un testo? Per comprenderle, è utile tornare all'etimologia del termine "traduzione". Da un lato, potrebbe derivare da *tradere*, a indicare la ri-visitazione di un archetipo originale perché possa essere tramandato, "tradito".³¹ Solo di recente infatti il termine "tradire" è caricato di un significato negativo, attribuito dagli antichi scrittori ecclesiastici, che dicevano "traditori" i fedeli che, temendo la morte, consegnavano le copie delle Sacre Scritture. L'adattatore, in questo senso, è un custode della memoria letteraria, che assicura la sopravvivenza di un contenuto al mutare dei codici culturali. Dall'altra parte, proverebbe dal verbo *traducere* e restituise il significato di "trasportare" ed "esporre". Suggerisce l'atto di trasferire un testo da un contesto all'altro, modificandone la forma affinché possa essere compreso da un nuovo pubblico. Con il ritorno allo studio dei classici greci in epoca umanistica, infatti, si diffuse l'esigenza di tradurne i testi più difficili per semplificarli secondo diverse modalità: la traduzione letterale (*conversio ad verbum*), la traduzione oratoria fedele (*transferre ad sententiam*) e la traduzione oratoria libera (*immutare*).³² Da *tradere* derivano dunque le libertà creative, come i *retelling* e gli *spin-off*, che riutilizzano personaggi e motivi classici per costruire nuove narrazioni; da *traducere* nascono invece le

31 Lorenzo Cantatore, *Le riscritture dei classici nella letteratura per l'infanzia*, in *Letteratura per l'infanzia. Forme, temi e simboli del contemporaneo*, Roma: Carocci, 2019, pp. 247-266: 254-255.

32 Per approfondire: Emilio Mattioli, *Storia della traduzione e poetiche del tradurre (dall'Umanesimo al Romanticismo)*, in *Processi traduttivi. Teorie ed applicazioni. Atti del seminario su 'La traduzione'*. Brescia 19-20 novembre 1981, Brescia: La Scuola, 1982, pp. 39-58: 42.

semplificazioni linguistiche e strutturali, che mirano a rendere un testo più accessibile senza intaccarne la sostanza. Entrambe le operazioni, tuttavia, condividono un presupposto comune: l’idea che ogni testo vive nella sua capacità di essere riscritto.

Ma come deve essere scritto un adattamento per mantenersi rispettoso nei confronti dell’opera originale? A questo proposito, hanno tentato di trovare una risposta gli studi linguistici e semiotici. Figlio delle indagini di Roman Jakobson sulle modalità di interpretazione di un segno,³³ Dudley Andrews teorizza infatti tre tipologie di relazione tra testo e riscrittura: *borrowing*, *intersection* e *fidelity of transformation*.³⁴ Nel primo caso, il testo riadattato “prende in prestito” idee e concetti, già applicati nel classico di partenza. Con l’*intersection*, l’opera originale subisce una rifrazione in un nuovo testo, che risente solo in parte della ricchezza dell’originale. Mentre la *fidelity of transformation* può avvenire in riferimento alla trama o allo spirito del classico originale. La vera fedeltà si ottiene quando si riesce a essere fedeli all’atmosfera, al tono, al ritmo e alle immagini del testo di partenza. Il francese Francis Vanoye, per esempio, sottolinea come, nel caso degli adattamenti e dei *retelling*, si verifichi spesso il passaggio da una narrazione classica, caratterizzata da azioni lineari, in cui fabula e intreccio coincidono, a una più ambigua narrazione moderna, che lascia maggior parte dello spazio alla libera interpretazione del fruitore.³⁵ Nello specifico caso delle riduzioni per bambini, tuttavia, avviene un processo inverso. Si cerca la semplificazione per migliorare la comprensione del giovane pubblico. Un adattamento è una ripetizione dell’originale, ma non una sua replica, e in quanto tale è motivato da diverse finalità: si parla spesso di «omaggi contesi», da un lato tentativi di tributare omaggio all’originale, mentre dall’altro di sostituirsi all’autorità, disperdendo la memoria del testo trattato.³⁶ «Per queste ragioni, un adattamento è una derivazione non derivativa, un’opera seconda che non è però secondaria».³⁷ Anche Gianfranco Bettetini sottolinea che una buona traduzione

33 Roman Jakobson, *Aspetti linguistici della traduzione*, in *Saggi di linguistica generale*, cura e introduzione di Luigi Heilmann, Milano: Feltrinelli, 2002, pp. 56-64.

34 Dudley Andrew, *Concepts in Film Theory*, New York: Oxford University Press, 1984, pp. 98-103.

35 Francis Vanoye, *La sceneggiatura. Forme, dispositivi e modelli*, Torino: Lindau, 1998, pp. 19-21.

36 Linda Hutcheon, *Teoria degli adattamenti. I percorsi delle storie fra letteratura, cinema, nuovi media*, Roma: Armando Editore, 2011, pp. 26-27.

37 Linda Hutcheon, *Teoria degli adattamenti*, cit., *Ivi*, p. 28.

«dovrebbe implicare anche il rispetto e la restituzione delle sue istanze di enunciazione».³⁸ Le migliori traduzioni (e di conseguenza, i migliori adattamenti) sono rispettose della narrazione presentata nel testo di partenza, dell'atmosfera evocata e dei valori ideologici trasmessi. Si può parlare persino di «trasmutazioni», perché ogni adattamento carica l'originale letterario di un nuovo significato.³⁹ È un'interpretazione, in cui l'autore coinvolto si mostra nella sua totalità e «costituisce il succo stesso dell'operazione di trasmutazione».⁴⁰ L'autore-riscrittore, infatti, può decidere quali elementi originali mantenere, attingendo all'argomento base della storia (detto *field*), alle relazioni tra i personaggi coinvolti (*tenor*) e soprattutto al registro con cui l'autore comunica ai suoi lettori (*modality*).⁴¹ Attraverso questo intervento, è portato a modificare parzialmente anche il messaggio trasmesso dal testo, sempre mantenendo un rapporto stretto con la fonte.

Il dibattito sull'utilità delle riscritture è ancora oggi aperto. In una recente intervista sul tema, gli scrittori per ragazzi Pierdomenico Baccalario e Guido Sgardoli hanno distinto tre tipologie di rimaneggiamento testuale: se l'autore svolge un'operazione sul corpo del testo originale, allora si parla di una riduzione; se l'intervento avviene sul linguaggio e sul contenuto, si tratta di un adattamento; per riscrittura si intende il caso specifico della reinterpretazione di un testo classico.⁴² È soprattutto per incentivare le vendite in un Paese in cui si tende a leggere poco che anche gli editori per ragazzi investono in progetti nuovi, semplici, e fidelizzanti. Nei cataloghi trovano soprattutto spazio, collane destinate a *fast books*, legati a un evento specifico, e le serie di libri legati a un personaggio protagonista, come Geronimo Stilton.⁴³

38 Gianfranco Bettetini, *Pragmatica della traduzione dalla letteratura all'immagine*, in *Processi traduttivi. Teorie ed applicazioni. Atti del seminario su 'La traduzione'*. Brescia 19-20 novembre 1981, Brescia: La Scuola, 1982, p. 165.

39 Scrive Eco: «si dovrebbe parlare sempre di adattamento o trasmutazione proprio per distinguere queste interpretazioni dalla traduzione propriamente detta» (la citazione è tratta da: Umberto Eco, *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*, Milano: Bompiani, 2003, p. 325).

40 Umberto Eco, *Dire quasi la stessa cosa*, cit., *Ivi*, p. 336.

41 John Stephens - Robyn McCallum, *Retelling Stories, Framing Culture. Traditional Story and Metanarratives in Children's Literature*, New York-London: Garland, 1998, p. 10.

42 Pierdomenico Baccalario - Guido Sgardoli, *La responsabilità di ri-raccontare storie immortali*, «LiBeR. Libri per bambini e ragazzi», CXIX (2018), 3, pp. 26-28.

43 Domenico Bartolini - Riccardo Pontegobbi, *In equilibrio critico. Evidenze e paradossi del panorama editoriale*, «LiBeR», LXXVII (2009), pp. 17-27: 22.

Molti editori, inoltre, decidono di incrementare le tirature annuali. Non è però detto che gli adattamenti siano solo frutto di manovre commerciali, per accrescere i ricavi e rimpinguare le casse di una casa editrice. Il paratesto deve essere altrettanto curato: è fondamentale che già nel titolo compaia l'intenzione esplicita di rivolgersi a un pubblico bambino, magari anche con l'aiuto di un sottotitolo (per esempio, *raccontato ai ragazzi*); e in altri casi, il testo può essere preceduto da un'introduzione, una dichiarazione di intenti con la quale si intende entrare nelle grazie dei genitori. Per lo scrittore stesso, invece, possono essere l'occasione di esprimersi, giocando con i capolavori del passato. Scrive infatti Ermanno Detti: «guardandomi indietro mi rendo conto che le mie riscritture dei classici [...] sono in sostanza il risultato di accordi con l'editore, ma diventano poi il frutto del mio lavoro, della mia fantasia».⁴⁴

Adattare per conservare: UTET e “La Scala d'Oro”

Nel panorama editoriale del Novecento, “La Scala d'Oro” di UTET rappresenta uno dei più significativi progetti volti a rendere la grande letteratura accessibile alle giovani generazioni. Lanciata nel 1932, la collana si proponeva di introdurre bambini e adolescenti ai capolavori della letteratura mondiale attraverso adattamenti accuratamente studiati, frutto di un'attenta combinazione tra qualità narrativa e rigore culturale. I principali protagonisti dell'iniziativa furono Vincenzo Errante e Fernando Palazzi, all'epoca traduttori e collaboratori per Mondadori.⁴⁵ Sicuri delle loro competenze in ambito critico e letterario, ambivano a costruire una vera e propria biblioteca universale per ragazzi, che coprisse ogni ambito del sapere, dalla letteratura alla scienza. Ma in seguito all'inasprimento nei rapporti personali con Arnoldo e, soprattutto

44 Ermanno Detti, *Il mestiere di scrivere*, in *Raccontare ancora. La scrittura e l'editoria per ragazzi*, a cura di Silvia Blezza Picherle, Milano: Vita e Pensiero, 2007, pp. 27-46: 30.

45 Si racconta che Palazzi abbia curato per Mondadori il *Piccolo dizionario di mitologia e antichità classiche* (1925), tramite il quale si racconta che fu indirettamente ispiratore della celebre collana “La Medusa”. Pare infatti che Arnoldo, impegnato a sfogliare uno dei volumi del dizionario, si imbatté nella pagina dedicata alla gorgone, e che, rimastone affascinato, si ispirò a lei per uno dei progetti più celebri della sua casa editrice. Si veda: *Mondadori. Catalogo storico dei libri per la scuola (1910-1945)*, a cura di Elisa Rebellato, Milano: Franco Angeli, 2008, p. 115; Enrico Decleva, *Arnoldo Mondadori*, Milano: Mondadori, 2007, p. 188.

Luigi Rusca, furono allontanati dalla casa editrice e costretti a cercare un altro finanziatore per il loro progetto.⁴⁶ Il primo contratto editoriale arrivò proprio con la torinese UTET e, nonostante i risultati delle vendite nel 1933 non fossero ottimali, la collana ottenne poco dopo un discreto successo.

La “Scala d’Oro” si componeva di otto serie distinte per età, per un totale di 93 volumi. Si voleva così accompagnare il bambino lettore dai sei ai tredici anni, e aiutare i genitori a capire immediatamente a quale età fossero destinati, grazie alle chiare segnalazioni contenute nella quarta di copertina. Ogni testo, inoltre, doveva essere proporzionato all’età dei lettori non solo per gli argomenti affrontati e il linguaggio in cui erano scritti, ma anche per le illustrazioni e i caratteri tipografici. Ogni volume intendeva avvicinare i giovani al grande patrimonio letterario nazionale e internazionale, con un linguaggio accessibile ma non banalizzato: si proponevano ben 62 riadattamenti di romanzi, testi a sfondo religioso⁴⁷, opere letterarie e racconti per ragazzi. Anche in questo caso si traeva ispirazione da un vasto patrimonio narrativo, comprendente fiabe e miti da tutto il mondo, poemi epici classici, testi dei cicli eroici cortesi medievali e rinascimentali, poemi eroicomici, romanzi del XVIII e del XIX secolo. Solo 7 di questi riadattamenti, inoltre, si rifacevano a testi già in partenza pensati per un pubblico infantile, a riprova del fatto che si voleva proporre ai lettori storie sicuramente sconosciute, per sorprenderli.⁴⁸ Gli altri 31 erano opere originali di divulgazione scientifica o riscritture di opere teatrali. In ogni caso, i contenuti erano sempre proposti in prosa narrativa, sotto forma di racconto, commissionati ai migliori scrittori per ragazzi dell’epoca.⁴⁹

46 La complessa genesi della collana è raccontata in: Elisa Rebellato, *La Scala d’Oro. Libri per ragazzi durante il fascismo*, Milano: Edizioni Unicopli, 2016.

47 La presenza dei testi ispirati alle vite dei santi o ai Libri Sacri era necessaria in seguito alla firma dei Patti Lateranensi.

48 Tra questi non furono presi in considerazione *Cuore* e *Le avventure di Pinocchio*, perché ancora coperte dal diritto d’autore e troppo conosciuti. Crf. Elisa Rebellato, *La Scala d’oro*, cit., p. 49.

49 Per citarne i principali: Milly Dandolo, Cesare Giardini, Olga Visentini, Paolo Nalli, lo stesso Fernando Palazzi, Guido Edoardo Mottini, Giuseppe Scortecci, Eugenio Treves, Gustavo Brigante Colonna, Francesco Perri, Riccardo Balsamo Crivelli, don Cesare Angelini, Giuseppe Latronico, Giuseppe Morpurgo, Angelo Nessi, Mario Albigi, Rosa Errera, Aldo Gabrielli, Giuseppina Mottini, Alberto Mocchino, Leo Pollini, Vittorio Tedesco Zammarano e Giuseppe Zucca.



Fig. 1a. Copertina di *La storia di Peter Pan* (1932).

I contemporanei elogiarono soprattutto le particolarità paratestuali e grafiche. Le singole serie erano per prima cosa distinte per formato: dall'in 4° (21 x 25 cm) delle prime cinque serie si passava all'in 8° (15 x 19 cm) delle ultime tre. Anche il corpo del testo era destinato a diminuire progressivamente, sempre seguendo l'età dei lettori. Per le serie I-V le copertine erano decorate da una banda verticale colorata posta a sinistra, contenente il nome della collana, il numero di serie, il numero del volume e il nome della casa editrice. Si tendeva poi a dare maggior rilievo all'autore dell'adattamento e all'illustratore, mentre l'autore originale era ricordato solo nel frontespizio. La quarta di copertina era attraversata in diagonale dai gradini di una scala, che proseguiva oltre l'orizzonte. Sul dorso, invece, comparivano il numero di serie in una cornice quadrata bianca, il titolo della collana, e il numero del volume all'interno della serie. A completare, i risguardi e l'occhiello disegnati da Filiberto Mateldi: anche in questo caso, la varietà di soggetti stilizzati doveva richiamare l'altrettanto variegato catalogo testuale. Tutti i volumi erano dotati di due frontespizi, il primo dedicato alla collana, mentre il secondo al titolo dell'opera, completo di timbri a secco della Direzione e dell'Editore. Nelle serie VI-VIII, invece, i titoli in copertina cambiavano caratteri e la vignetta a colori era incollata. In alto a destra,

una piccola scala accompagnava il nome della collana. Anche il reparto illustrativo cambiò: per i risguardi, Gustavino realizzò una nuova illustrazione, riprodotta specularmente su entrambi i fogli. Si trattava ancora di una scala a pioli dorata distesa verso il cielo, accanto alla quale prendevano il volo un pegaso in primo piano e un eliplano sullo sfondo. Nell'occhiello, invece, compariva un bambino che guardava l'orizzonte mentre si arrampicava su una scala di corda. Anche in questo caso il rimando simbolico era chiaro: il bambino doveva essere il lettore che, grazie al patrimonio culturale appreso leggendo, era in grado di “guardare lontano”, di viaggiare con la fantasia e comprendere il mondo che lo circonda.

Nel quadro del Ventennio fascista, l'operazione assumeva un valore politico-educativo: il progetto di UTET si collocava infatti all'interno di una più ampia strategia di controllo culturale e formativo del giovane lettore. Uno degli obiettivi esplicitati era infatti il «rispetto assoluto della morale e della più corretta educazione».⁵⁰ Tuttavia, “La Scala d'Oro” riuscì a mantenere una notevole autonomia intellettuale rispetto alle imposizioni ideologiche del regime. Pubblicando volumi sulle vite dei santi o riduzioni della Bibbia, ottenne il nulla osta dell'Autorità Ecclesiastica e non andò incontro alle limitazioni del Regime fascista. La Commissione per la bonifica libraria, infatti, iniziò la propria attività solo nel 1938, quando ormai si era chiusa la pubblicazione della prima edizione “Scala d'Oro”.⁵¹ E, nonostante proponesse adattamenti di classici di autori stranieri e censurati, la pubblicazione del volume *Guerra e fascismo spiegate ai ragazzi* (1934) di Leo Pollini risparmiò l'intera collana dal ritiro commerciale. Come il *Dizionario letterario delle opere e dei personaggi di tutti i tempi e di tutte le letterature* di Bompiani, anche “La Scala d'Oro” fu un'impresa monumentale, che preservò la memoria di indiscussi capolavori letterari e soprattutto avvicinò bambini di tutte le età a un vasto patrimonio culturale, reso finalmente accessibile e a loro misura.

50 Si riprende, in questo caso, l'appendice promozionale a uno dei primi volumi pubblicati da UTET. Si veda: Rosa Errera, *La storia di Peter Pan. Fiaba di J. M. Barrie*, Torino: UTET, 1932.

51 L'obiettivo principale di tale Commissione, istituita nel settembre 1938, doveva essere individuare, tramite l'intervento dei prefetti, gli «elementi di razza ebraica» presso redazioni di periodici e di giornali, e anche case editrici. Per approfondire: Philip P. Cannistraro, *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass media*, Roma-Bari: Laterza, 2022.



Fig. 2. Copertine di *Le maraviglie della natura* (1958) e *Ventimila leghe sotto i mari* (1959).

Il successo della collana è poi attestato dalle numerose ristampe fino al 1959, anno in cui prese il titolo di “La nuova Scala d’Oro”. In questo caso, l’offerta editoriale fu «splendidamente rinnovata ed ampliata» con due nuove serie per i ragazzi di 14 e 15 anni, e le serie precedenti subirono alcune modifiche nel numero di collana dei volumi.⁵² Si mantenne la distinzione tra le prime cinque serie «in grande formato» e le ultime cinque in 16°. Alcuni testi, infatti, furono spostati da una serie all’altra, e furono aggiunti altri testi originali fino ad arrivare a un totale di 143 volumi. Nel 1987 alcuni volumi furono anche riproposti nella collana “I classici della Scala d’Oro”, ma la fama della collana andò progressivamente a diminuire, complici le diverse alternative che ormai si stavano affermando sul mercato. Rimane tuttavia un esperimento esemplare, distintosi per il suo approccio innovativo al testo originale, di cui cercava di mantenere lo spirito e l’essenza, e per l’aspetto grafico elegante e coinvolgente.

52 Le citazioni sono tratte dalle pagine promozionali non fascicolate, di colore tipicamente azzurro, inserite in calce ai volumi della riedizione del 1959.

Adattare per insegnare: dall'esperienza dell'Editrice La Scuola a Erickson

Nel secondo dopoguerra si consolidò una nuova declinazione pedagogica della riscrittura, orientata esplicitamente alla scuola e alla formazione linguistica. Si intendeva così rispondere alla crescita dell'alfabetizzazione e alla diffusione della scuola di massa. La bresciana Editrice La Scuola, fondata nel 1904 da una commissione di laici e membri del clero, trovò quindi terreno fertile per le proprie iniziative editoriali.⁵³ Propostasi fin dagli arbori come riferimento sul territorio nella formazione dei professionisti nell'ambito scolastico, il suo catalogo era già ricco di interessanti collane di narrativa giovanile e di manuali di discipline eterogenee, che costituivano la principale fonte di reddito ed erano sapientemente controllati per rispettare i dettami fascisti.⁵⁴ Non mancavano poi le collane di adattamento dei classici per bambini e ragazzi, che ben si sovrapponevano all'intento di raccontare le grandi storie della tradizione letteraria ai giovani alunni «in forma di favola».⁵⁵ Il primo progetto editoriale a rispettare tale intento fu «I grandi poemi dell'umanità raccontati ai ragazzi», avviato nel 1925 da Gherardo Ugolini in qualità di direttore e unico autore. Nei suoi 16 volumi, la collana era caratterizzata da un piccolo formato in brossura, definito «in 8° grande» (18,5 x 26 cm), e soprattutto dal prezzo accessibile di 6 lire. Non si davano indicazioni sull'età di lettura consigliata, ma probabilmente erano pensati per gli studenti delle scuole elementari, data la lunga esperienza di Ugolini come maestro. Di linguaggio semplice e chiaro, infatti, i testi dovevano avvicinare i fanciulli ai miti e agli eroi della letteratura mondiale: dall'epoca classica ai racconti dell'età romantica, dal ciclo arturiano a quello carolingio, passando poi per le vite dei personaggi storici, come Giulio Cesare, e le agiografie dei santi, immancabili data l'impostazione cattolica dell'Editrice La Scuola. Per facilitare la comprensione, inoltre, il testo era sempre accompagnato da una lettera «ai piccoli lettori», nella quale Ugolini presentava i temi e le

53 Per i dettagli sulla fondazione, si legga: *Editrice La Scuola 1904-2004. Catalogo storico*, a cura di Luciano Pazzaglia, Brescia: La Scuola, 2004, pp. 9-10.

54 L'editrice, infatti, entrò a far parte dei cinquanta editori associati per garantire l'ampia diffusione del testo unico di religione nelle scuole italiane.

55 Si cita in questo caso la lettera agli insegnanti di Gherardo Ugolini in calce al suo *Sigfrido e l'anello*, Brescia: La Scuola, 1925, p. 157.

vicende affrontate nelle pagine successive, esplicitando i valori positivi (e soprattutto cristiani) che dovevano passare attraverso la lettura.⁵⁶

La collana continuò a essere aggiornata con nuove uscite fino al 1957, e fu da ispirazione per altre collane successive. A partire dal 1946, estinte le limitazioni del regime fascista sui testi stranieri, l'Editrice La Scuola seguì la tendenza dei “libri premio” per ragazzi, pensati soprattutto per lo svago e impreziositi da illustrazioni uniche e didascaliche. Iniziarono così a vedersi “I libri sempre vivi”, dalla pregiata copertina cartonata, i piccoli “Arcobaleno”, spillati e adatti ai lettori più inesperti, e progetti per ragazzi delle scuole secondarie, come “I Primi”, fondata nel 1968 da Lino Monchieri e “Classici italiani e stranieri per la scuola media”. La caratteristica distintiva delle edizioni *La Scuola* risiede nella fusione tra educazione religiosa e linguistica: i classici sono reinterpretati come veicoli di valori morali universali, ma al contempo come strumenti di apprendimento della lingua italiana. Ogni testo è corredata da schede di comprensione, note di lessico e riflessioni per la vita, a testimonianza di una concezione integrale della lettura come pratica spirituale. Il modello bresciano appare più catechetico, ma mantiene un’analoga ambizione formativa: far coincidere la crescita del lettore con quella dell’individuo.

56 Nella lettera ai lettori di *Il paziente Odisseo*, Gherardo Ugolini scrive: «la fedeltà degli umili, il rispetto agli ospiti, il culto della famiglia sono la forza morale di questo racconto, e l'amore della patria, sebbene piccola e pietrosa, giganteggia nel cuore del paziente tormentato Odisseo, durante l'avventuroso viaggio, e gli dà forza per attraversare infiniti ostacoli che ritardano il dì del ritorno. Non sono dunque solamente favolose avventure in questo libro dell'infanzia del mondo. C'è un poco il presagio del cristianesimo, come le prime luci che annunziano il chiaro giorno sereno» (la citazione è tratta da Gherardo Ugolini, *Il paziente Odisseo*, Brescia: La Scuola, 1925, p. 5).



Fig. 3. Esempi di copertine da *“I grandi poemi dell'umanità raccontati ai ragazzi”* (1925), *“I libri sempre vivi”* (1950), *“Arcobaleno”* (1953), *“I primi”* (1968) e *“Classici italiani e stranieri per la scuola media”* (1966).

I progetti editoriali attuali, invece, tendono a un impianto meno esplicitamente didascalico, puntando a una formazione più trasversale. Si investe in formati tascabili, in cui grandi autori per ragazzi raccontino in poche pagine le trame coinvolgenti dei capolavori letterari di tutte le epoche, e soprattutto in illustrazioni vivaci e semplici, che coinvolgano anche visivamente i lettori. Così fa Gallucci, dal 2002 attivo sul mercato con libri per bambini dal carattere innovativo. La collana “Artedicarte”, per esempio, si compone di quattro cofanetti cartonati, dedicati rispettivamente a quattro classici della letteratura. La storia è in questo caso riassunta in quattordici episodi, ritratti su altrettante carte di medie dimensioni. Il target ideale è variegato: i più giovani sono catturati dalla semplicità e dalla modalità diretta con cui sono comunicati i contenuti, mentre gli adulti possono apprezzare il valore artistico di una nuova versione illustrata di un classico a cui sono

particolarmente affezionati. Dal punto di vista scolastico, però, nel catalogo di Gallucci si distinguono le “Stelle Polari”. Nata nel 2020, la collana ha come protagonisti assoluti i grandi classici, storie che sono i punti fermi che guidano i lettori nel vasto mondo della letteratura, proprio come le stelle polari guidano i navigatori. L’adattamento è in questo caso concepito non tanto come surrogato del testo originale, ma come un percorso propedeutico alla lettura autonoma. I primi lettori (dai 5 ai 7 anni) possono approcciarsi a testi che prediligono la dimensione narrativa, e sono soprattutto suddivisi per difficoltà: dallo stampato maiuscolo al minuscolo. In ogni caso, ormai indispensabile è l’EasyFont, un carattere ad alta leggibilità «compensativo per i lettori con dislessia».⁵⁷ La compresenza di lettere *serif* e *sans-serif*, la disposizione a bandiera del testo, e l’assenza di sillabazione, contribuiscono a diminuire tra i lettori il divario nella scorrevolezza della lettura.⁵⁸ Ampio spazio è lasciato poi alle immagini, spesso cartoonesche e corredate da balloon tipici del fumetto, per favorire un ambiente più coinvolgente e immersivo. E per accrescere la curiosità e l’interesse, in calce al testo è presente un piccolo corredo di attività di vario genere: al bambino può essere così richiesto di ridisporre le vignette in base all’ordine in cui sono stati raccontati nella storia, completare i nomi dei personaggi o associare il nome alla loro illustrazione, risolvere labirinti, e unire i puntini per scoprire le immagini nascoste. Non mancano esercizi creativi: i lettori possono disegnare liberamente come ipotizzano che proseguirà la storia, oppure scrivere brevi pensieri su un momento particolare in cui gli è capitato di condividere emozioni e situazioni simili a quelle vissute dai protagonisti del racconto.

57 Il progetto nasce nel 2018 presso la casa editrice torinese Angolo Manzoni dalla collaborazione del designer Federico Alfonsetti, Enzo Bartolone e Nino Truglio. Il carattere include sei stili ed è applicabile a tutte le lingue che utilizzano gli alfabeti (compresi il cirillico e il greco). Ha ricevuto un riscontro positivo anche dall’Associazione Italiana Dislessia, che lo reputa uno strumento fondamentale per agevolare la lettura. Si veda il sito di EasyReading, <<https://www.easyreading.it/it/>> (Ultima consultazione: 27 ottobre 2025).

58 *Ricerche scientifiche*, EasyReading Font. Carattere ad alta leggibilità, <<https://www.easyreading.it/it/ricerche-scientifiche/>> (ultima consultazione: 27 ottobre 2025); Nicol Rengucci, *Per un’editoria ad alta leggibilità: sfide, esperienze, prodotti*, in *Tra cultura e mercato. Storie di editoria contemporanea*, a cura di Arianna Leonetti, Dueville: Ronzani editore, 2022, pp. 209-226.



Fig. 4. Doppia pagina illustrata di La fattoria degli animali nella riduzione di "Stelle polari" (foto di galluccieditore.it).

Sulla stessa linea si collocano i progetti inclusivi di Erickson, casa editrice fondata a Trento nel 1984 e che ha fatto dello studio della psicologia e della pedagogia il suo tratto distintivo. Di recente, infatti, ha iniziato a fornire testi per l'infanzia che insegnanti e professionisti possono utilizzare per approcciarsi a lettori con difficoltà cognitive, disturbi specifici dell'apprendimento o disabilità comunicative, anche attraverso la transmedialità. L'esperienza più significativa in questi termini è rappresentata dalla collana "I Classici con la CAA", avviata nel 2016 sotto la direzione editoriale della dottoressa Maria Antonella Costantino. Utilizza infatti un sistema di Comunicazione Aumentativa e Alternativa, fondato su un sistema integrato di testo e simboli grafici (pittogrammi, schemi, colori), studiato per rendere pseudo-autonoma la lettura anche a chi presenta difficoltà di decodifica linguistica.⁵⁹ Ogni opera è presentata in grande formato (24 x 31), riformulata in frasi brevi, con un lessico ad alta frequenza e accompagnata da file mp3 fruibili tramite QR code, secondo i principi dell'*easy reading*.

59 Tali problematiche comunicative possono avere cause congenite, come malattie rare, paralisi cerebrali e disturbi dello spettro autistico, o essere frutto di disabilità acquisite, come patologie neuro-degenerative e malattie del sistema nervoso.

Le facilitazioni visive sono la caratteristica fondamentale anche dei “Classici facili”, diretti da Carlo Scataglini: il testo, sempre in forma ridotta, presenta alcune parole evidenziate, soprattutto se dal significato difficile (in blu) o se appartenenti a costruzioni sintatticamente complesse (in marrone). L’impostazione è più scolastica, al punto che ogni capitolo è corredata da un breve cappello riassuntivo delle puntate precedenti, e tutti i volumi sono accompagnati da un inserto di attività ispirate alla storia appena raccontata. Gli input, in questo caso, sono calibrati in base ai destinatari, dato che la collana ha come target la scuola primaria e secondaria. Dal punto di vista delle copertine e delle illustrazioni, invece, si abbandonano i lettering elaborati in favore di un *layout* più pulito, chiaro e inclusivo. L’operazione di Erickson segna un passaggio importante nella storia dell’adattamento: dall’idea di “rendere comprensibile” all’obiettivo di rendere accessibile, spostando l’accento dalla semplificazione del testo alla democratizzazione della lettura. In tal senso, l’approccio Erickson costituisce una forma moderna di pedagogia umanistica, coerente con la tradizione inaugurata da Maffeo Vegio e portata avanti da don Milani, in cui l’educazione alla parola è sempre educazione all’inclusione.



Fig. 5. Una pagina di testo strutturata secondo la CAA (foto di erickson.it).

Gli adattamenti, quindi, non parlano solo ai bambini, ma anche ai ragazzi. Agli studenti delle scuole medie, per esempio, sono rivolti “Gli Imperdibili”, nati dalla collaborazione tra Gallucci e La Spiga Edizioni, da oltre trent’anni tra i grandi nomi dell’editoria scolastica italiana. Mirano infatti a intercettare un pubblico estremamente vasto, appoggiandosi ai consigli di lettura scolastici. In brossura, di piccolo formato e dal prezzo contenuto, spaziando dai Promessi sposi ai racconti originali sul bullismo o l’immigrazione. Caratteristici di questa collana sono i dossier di accompagnamento al testo, che soddisfano i più curiosi e sono utile sussidio per gli insegnanti. Mirano infatti a intercettare un pubblico estremamente vasto, appoggiandosi ai consigli di lettura scolastici. In brossura, di piccolo formato e dal prezzo contenuto, si rivolgono a una fascia di pubblico molto difficile: tra i 10 e i 14 anni si acquisisce una maggiore autonomia nella scelta delle letture, e i bestseller appartengono soprattutto alla letteratura di genere, che favorisce la fidelizzazione. Continuano a vivere nel contesto scolastico collane come “In poche parole” di Einaudi Ragazzi, altrimenti di scarso successo. Approdata in libreria nel maggio 2016, non si presentava come una semplice raccolta di riduzioni, estratti o riscritture. È di fatto una raffinata operazione di racconto dei classici, affidata sempre a narratori conosciuti, con l’intento di rivolgersi a un target molto ampio. Nel mirino, infatti, vi erano anche gli adulti che non avevano mai trovato il coraggio di avvicinarsi ad alcuni grandi romanzi della tradizione, ma che volevano ugualmente avere un assaggio della trama e delle tematiche affrontate. Privo di illustrazioni e chiaramente legati al romanzo originale dall’incipit citato in lingua originale nelle alette, l’operazione è caratterizzata da toni più adulti. Daniele Aristarco, nella sua versione dell’*Orlando furioso* (2022), non si limita a raccontare in prosa il poema ariostesco, ma dedica ampio spazio alle proprie osservazioni sullo stile del poeta e sul suo impatto sul lettore. Con destrezza passa dal racconto all’analisi storica e filologica del testo. Beatrice Masini, nel suo racconto di *Romeo e Giulietta* (2017), arricchisce l’originale shakespeariano con alcune riflessioni personali.⁶⁰ Eppure, se le premesse

60 Per esempio, al termine del capitolo in cui i genitori di Giulietta le comunicano che è stata promessa in sposa a Paride, si legge: «Davvero, signor Shakespeare? Questi adulti sono orribili. Ciechi, sordi e muti, attenti solo al loro interesse, alle facili riparazioni. Ignorano i danni collaterali, gli slanci, le follie. Si sono dimenticati tutto? O non sono mai stati giovani? Perché gli adulti devono essere il nemico?». Si veda:

rendono questa collana accattivante per il pubblico, “In poche parole” non è mai decollata del tutto. Da un lato si è pensato che lo scarso entusiasmo fosse naturale conseguenza di un errore di posizionamento in libreria: spesso i libri “In poche parole” sono collocati nello stesso scaffale dei “Classicini”, pur essendo destinati a due target totalmente differenti. Dall’altra parte, invece, sui social non hanno avuto molta pubblicità, come accade a tutti i libri di questo genere, destinati a catturare l’attenzione dei lettori solo se si tratta di facilitare i compiti a casa.



Fig. 6. Alcuni esempi di “Imperdibili” di Gallucci editore (foto di galluccieditore.com).

Beatrice Masini, *Romeo e Giulietta* di William Shakespeare, Trieste: Einaudi Ragazzi, 2017, p. 56.

Adattare per intrattenere

L'editoria per ragazzi non è solo didattica. Diversi progetti puntano infatti sul divertimento, sulla serializzazione e sulla fruizione rapida. È il caso dei fortunati "Classicini", nati per Edizioni EL nel 2013, e per questo possono dirsi la serie di adattamenti più longeva presente sul mercato.⁶¹ A sua volta si ispira alla collana "Una fiaba in tasca", ancora in corso, che propone a un pubblico prescolare riscritture di grandi racconti della tradizione italiana e non, affidandole a grandi autori per ragazzi, come Roberto Piumini e Stefano Bordiglioni. La direttrice editoriale Gaia Stock ha avuto l'idea di riprendere il formato tascabile (brossure, 14 x 18 cm) e il basso costo, non solo per avvicinare il bambino all'oggetto-libro, ma per far passare l'idea che sia qualcosa di portatile, in grado di accompagnarli in ogni momento della quotidianità. Il progetto partiva anche con alcuni vantaggi significativi: i classici sono opere convenienti, prive di limitazioni nello sfruttamento dei diritti d'autore e, grazie al prestigio culturale, in grado di ottenere sin dal principio una posizione privilegiata in libreria. Il progetto grafico cerca di mantenere uno sguardo fresco e leggero, restituendo un'opera che abbia lo stesso sapore dell'originale e al tempo stesso si rivolga ai bambini senza dover strizzare l'occhio agli adulti. Lo stesso logo, pensato dallo studio grafico The World of Dot e ora caratteristico della serie anche nelle sue riedizioni in altri Paesi, ricorda l'iconica Coca Cola, a riprova dello spirito frizzante e divertente di queste riscritture. Ogni autore coinvolto, inoltre, deve adeguarsi alla sfida di far rientrare in un formato standardizzato e un limite massimo di 44.000 battute. Ogni volume, infatti, non deve superare con la stampa le 64 pagine. Oltre a ridurre la trama, si tratta anche di adattare temi e contenuti, pur mantenendo un alto livello di scrittura. Per questo motivo, non si nasconde il nome dell'adattatore, che compare in bella vista nel frontespizio, proprio accanto al nome dell'autore originale. La proposta ha incontrato il favore di genitori e biblioteche scolastiche, ma soprattutto di librai, che continuano a esporre i "Classicini" rendendoli ben visibili sugli scaffali. A più riprese, inoltre, si tenta il rilancio della collana in edicola: il formato contenuto le rende infatti molto appetibili come collaterali per

61 *Classicini*, EdizioniEL, <<https://www.edizioniel.com/collana/narrativa/classicini/>> (ultima consultazione: 27 ottobre 2025).

«Corriere della Sera» e «La Gazzetta dello Sport». ⁶² Il successo della collana, inoltre, ha portato il team editoriale a dar vita ad altri progetti, tutti a portata di bambino. Di carattere più divulgativo, i “Grandissimi” presentano le biografie di uomini e donne che hanno cambiato il mondo, in ogni ambito, dalla pittura all’attivismo, dalla scienza alla storia. “Le Guidine”, invece, spiegano in parole semplici i principali punti di interesse di sette città italiane, arricchendo tali descrizioni con le vite dei loro abitanti illustri, le leggende e le curiosità sulle tradizioni del posto. Persino la già citata “Una fiaba in tasca” ha deciso di accogliere nel suo catalogo alcuni adattamenti letterari e di inventare nuove simpatiche storie ispirate a famosi proverbi della tradizione italiana.

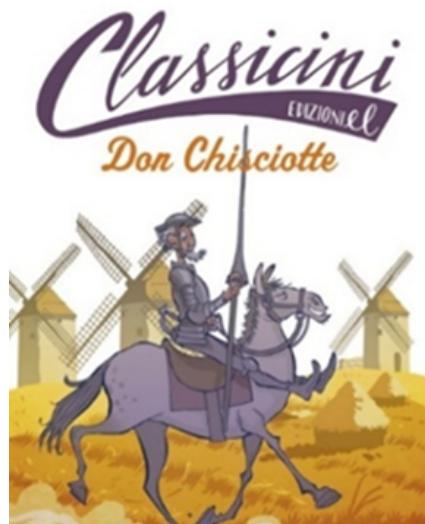


Fig. 7. Copertina del Don Chisciotte ridotto da Pierdomenico Baccalario per “I Classicini” di Edizioni EL (foto di edizioniel.com).

Dal forte appeal commerciale sono anche “I classici di Geronimo Stilton”, a cura del topo più famoso della storia della letteratura per ragazzi italiana. Nato dalla fantasia di Elisabetta Dami nel 1997 e autore

⁶² Patrizia Violi, *Classicini: maxi eroi, piccoli testi. Il primo volume in edicola*, «Corriere della Sera», 27 luglio 2022, <https://www.corriere.it/gli-allegati-di-corriere/22_luglio_27/classicini-maxi-eroi-piccoli-testi-primo-volume-edicola-2632ef22-0d-da-11ed-acc0-8ab174f71e7d.shtml> (ultima consultazione: 27 ottobre 2025).

di *topseller* distribuiti in tutto il mondo, ora cerca di avvicinare i giovani lettori alla letteratura considerata “alta”. «Ho pensato di regalare anche a voi le stesse emozioni che ho provato io anni fa, raccontandovi i capolavori della letteratura per ragazzi», racconta. Ma l’obiettivo non è solo adattare: i classici sono “aggiornati” e soprattutto “topizzati”. Gli autori che si celano dietro la sua identità lavorano per leggere attentamente il testo originale, riconoscere le scene più vicine al gusto dei lettori contemporanei, e raccontare con quello stile inconfondibile e ricco di grafismi, tipico solo di questa serie. La narrazione appare così più leggera e veloce, intervallata anche da illustrazioni e inserti che facilitano l’immersione, come carte geografiche e approfondimenti. Dal 2007 a oggi la collana ha mantenuto i suoi tratti caratteristici: copertina rigida e sovraccoperta illustrate, dimensione tascabile (15 x 20 cm), un prezzo piuttosto contenuto di 15,50 euro. Preserva quindi l’aspetto della riconoscibilità in libreria, continuando ad attirare i lettori più affezionati. Sempreverdi nel contenuto, infatti, costituiscono anche una vendita sicura per l’editore, in ogni periodo dell’anno: dal *back to school* alle strenne natalizie. Sull’onda del suo successo, sono nate poi molte collane *spin-off*. “I libri del cuore” di Tea Stilton presentano i classici preferiti delle Tea Sisters, un gruppo di cinque giovani topoline a cui Piemme ha dedicato una collana a sé. Ancora una volta, la lettura è condivisa come un’attività privata e personale: le cinque amiche consigliano i libri che hanno amato e condividono gli episodi più significativi della loro vita legati a quei racconti, invitando i bambini a ricercare un rapporto esclusivo e coinvolgente con il libro. “Le parodie”, invece, adottano un approccio innovativo per il marchio. I protagonisti più amati della serie originale di Geronimo Stilton si trovano coinvolti *in medias res* nei mondi narrativi dei grandi romanzi della letteratura mondiale, e ne diventano gli attori principali. È così che i nomi dei protagonisti sono spesso storpiati o manipolati per adattarsi ai nomi dei personaggi che i lettori sono abituati a riconoscere sull’isola dei Topi; brevi strisce a fumetti intervallano la narrazione in prosa e gli eventi drammatici delle opere originali sono qui sostituiti con ironia. Allora Romeo e Topetta appartengono a due famiglie rivali nel campo del giornalismo e, come segno sovversivo nei confronti di questa faida secolare, decidono di fondare insieme un nuovo giornale; i cavalieri di re Gerartù partono alla ricerca del preziosissimo Graaf, il Grande Recipiente Anti Aderente per Fondata; e il fido maggiordomo Trap Passepartout deve accompagnare il suo signore Jeronimus Stiltog in giro per il mondo, tranquillizzandolo

con la promessa di procurargli un formaggino al giorno. Pensati probabilmente per un pubblico di pre-adolescenti, che grazie alle nozioni di base apprese a scuola possono individuarne i ribaltamenti comici, invitano a un approccio più scanzonato nei confronti della letteratura.



Fig. 8. Esempi di classici stiltonizzati (foto di geronimostilton.com).

Un esempio ancora più emblematico di classici riadattati in chiave pop sono “Le Grandi Parodie Disney”. Si tratta di un progetto estremamente longevo, che si è evoluto nel corso degli anni. Non era infatti pensato sin dagli inizi come collana, ma si è più volte appoggiato alla pubblicazione periodica su “Topolino”, popolare rivista per ragazzi e per grandi cultori del fumetto italiano. L’esperimento delle riscritture dei classici in forma parodica vanta infatti radici tutte nostrane. Il primo adattamento significativo è *L’Inferno di Topolino*, pubblicato per la prima volta nel 1949, sceneggiato da Guido Martina e disegnata da Angelo Bioletto, due maestri della scuola disneyana italiana. Non si tratta tanto di ridicolizzare il testo originale, ma di scrivere una storia nuova, fedele all’originale pur stravolgendone del tutto gli elementi tragici.

Nel caso della parodia dantesca, infatti, il testo è accompagnato da didascalie in terzine dantesche, che ne elevano il tono. Ma dal primo esempio a *Gastone Giasone* (ultimo adattamento per il momento presentato) si seguono tre modalità narrative ricorrenti. In un primo caso, la parodia può essere anticipata da una cornice narrativa: i personaggi vivono nel loro universo narrativo, ma a causa di un espediente esterno sono catapultati in un mondo alternativo (come accade nel *Paperin furioso*; «Topolino» 544-545). In altri casi, invece, i paperi e i topi in questione interpretano i ruoli dei protagonisti della fonte letteraria senza

alcun tipo di preambolo narrativo. Un esempio di “parodia in costume” è *I promessi paperi* («Topolino» 1086-1087), disegnata da Giulio Chierchini, che pur rifacendosi all’indiscutibile capolavoro di Manzoni, mantiene dei caratteri di libertà. Temi come l’amore (casto o brutale), il matrimonio, la religione, la malattia e la morte per pestilenzia, presenti nel romanzo originale, erano del tutto incompatibili con i dettami disneyani. Per questo, l’autore ha pensato di riadattare il testo in maniera molto libera, mantenendo per assonanza i nomi dei personaggi manzoniani con quelli parodiati. In altri casi ancora, la fonte letteraria viene «interamente e forzosamente traslata sull’orizzonte della contemporaneità».⁶³

Questo accade nella *Paperodissea* («Topolino» 268-269): la narrazione si apre dieci anni dopo una sanguinosa guerra tra la città di Paperopoli e una vicina tribù indiana. Le Grandi Parodie sono quindi di tutt’altro che semplici racconti per bambini. Il lettore più esperto, che già conosce le storie originali, può «dilettarsi a rintracciare le corrispondenze, le incongruenze e i ribaltamenti che intercorrono, e in grande quantità, fra il modello poetico e la trasposizione a fumetti».⁶⁴ E per le loro caratteristiche ricorrenti, dagli anni Novanta in poi sono riproposte in formato collana, e periodicamente presentate in libreria in edizioni da collezione e come collaterali in edicola. Nella sua prima versione, introdotta nel 2006, la collana si componeva di 30 uscite settimanali, collaterali al «Corriere della Sera» e disponibili in edicola ogni lunedì. Il fumetto era così sempre preceduto da alcune pagine introduttive, in cui si spiegavano le particolarità della rivisitazione, e seguito da altre rubriche dedicate agli autori delle opere originali e agli sceneggiatori e illustratori Disney che avevano realizzato le tavole. Seguendo la medesima modalità e con minime variazioni, la collana fu riproposta sempre dal quotidiano milanese nel 2012 e nel 2016 divenne collaterale di «Repubblica» con il nome di “Capolavori della letteratura”.

Oggi sono disponibili in libreria, pubblicate singolarmente da Giunti e Panini Comics,⁶⁵ e in edicola, con una collana di 45 uscite pubblicata

63 Pier Paolo Argiolas [et al.], *Le Grandi Parodie Disney, ovvero I Classici fra le Nuvole*, Eboli: NPE, 2016, p. 32.

64 Pier Paolo Argiolas [et al.], *Le Grandi Parodie Disney*, cit., *Ivi*, p. 35.

65 Per Giunti è importante distinguere le collane a fumetti “Capolavori della letteratura” (dal 2016) e “Le più belle storie” (dal 2024), che ripropongono le medesime tavole senza variazioni nell’apparato paratestuale per le appendici e i dossier in accompagnamento al testo. Panini Comics, invece, ha promosso nel corso del 2024 nelle

da RBA o come pubblicazione collaterale in occasione di anniversari e ricorrenze per lo stesso «Topolino».⁶⁶ Si cerca di assecondare in questo modo la vastità del target a cui le Grandi Parodie si rivolgono: una veste editoriale diversa aiuta a intercettare meglio fasce di età altrimenti inconciliabili. I bambini possono così continuare a leggerli in edicola, in accompagnamento alla loro rivista preferita. I collezionisti, invece, possono così puntare sui libri più curati e di grande formato, edizioni di pregio e di carattere celebrativo.

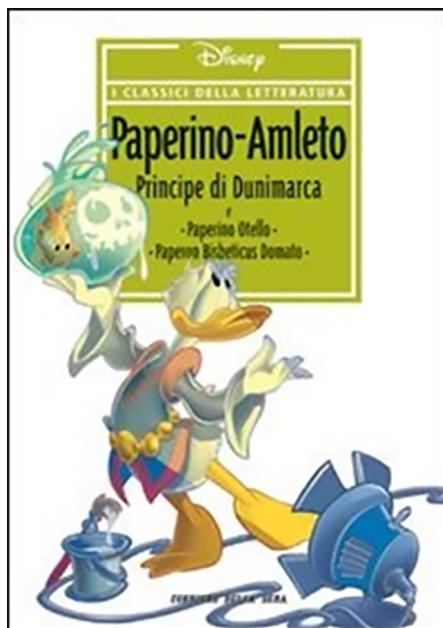


Fig. 9. Un esempio di uscita della collana “I Classici della letteratura”, collaterale del Corriere della Sera (foto di INDUCKS).

fumetterie le *super deluxe edition*, in formato gigante e a tiratura limitata, di *L'inferno di Topolino* (€ 74,90). Per approfondire, si veda: *Disney. Catalogo fumetteria 2024*, Modena: Panini Comics, 2024.

66 Si è vista per esempio la pubblicazione nei “Topolibri” di *Il Piccolo Principe raccontato da Topolino*, in allegato al settimanale in occasione del settantacinquesimo anniversario della prima edizione europea del capolavoro di Antoine de Saint-Exupéry. In questo caso, i volumi sono sempre in piccolo formato (14 x 18 cm) e dal prezzo altrettanto contenuto di 5 euro. Si veda [Topolino.it, Volate con il Topoprincipe!](https://www.topolino.it/news/volate-con-il-topoprincipe/), <<https://www.topolino.it/news/volate-con-il-topoprincipe/>> (ultima consultazione: 27 ottobre 2025).

Adattare e reinventare

Calvino lo aveva ben detto: i classici sono libri che non hanno mai finito di dire quello che hanno da dire. E in virtù di questo, diversi progetti editoriali continuano a spingersi oltre la semplice lettura semplificata del testo originale, distinguendosi per la capacità di reinterpretare i grandi capolavori della letteratura mondiale in chiavi sempre nuove e creative. In questo caso l'obiettivo non è rendere accessibile il testo, ma rinnovarne il significato, stimolare la riflessione e soprattutto favorire una partecipazione immersiva nel fatto narrato. Nelle librerie spopolano i *retelling*, “rivisitazioni” soprattutto in chiave *young adult*. Un primo tentativo arrivò nel 2021 con la collana “Storie infinite” del Battello a Vapore, che portava alla luce “i seguiti dei classici più amati” per un pubblico di lettori dagli 8 anni in su. Si proponevano così i sequel delle opere letterarie più famose e amate, o in altri casi, nuove avventure vissute da personaggi contemporanei. E gli autori più conosciuti della letteratura per ragazzi erano così chiamati a raccontarle, spesso richiamando un legame affettivo con l'opera originale. Davide Morosinotto, per esempio, si è dedicato a *L'ultimo viaggio al centro della Terra* perché, da appassionato lettore di Verne, voleva viaggiare con lui in una delle sue tante avventure.⁶⁷ Purtroppo il progetto non raggiunse il successo sperato, e dopo i primi quattro titoli fu ritirato dalla produzione. Il Battello a Vapore continua così a dedicarsi alla pubblicazione di classici in edizione integrale, provvisti anche della font Leggimi, brevettata da Sinnos nel 2006 e adatta alla lettura autonoma di DSA e BES.

67 Tali motivazioni sono esplicitate nella presentazione dell'autore su una delle due alette. Christian Hill, invece, racconta la sua fascinazione per il personaggio di Dracula «allo stesso tempo predatore e vittima (di se stesso)». La collaborazione di Pierdomenico Baccalario e Alessandro Gatti, autori di *Ritorno all'isola del tesoro*, è nata da una reciproca costrizione. Lucia Vaccarino, d'altro canto, non vedeva l'ora di tornare nel giardino segreto con la tenace Mary.



Fig. 10. Le "Storie infinite" del Battello a Vapore (foto di battelloavapore.it).

Segue un'impostazione simile la nuovissima "Le Orme. Sui passi dei grandi classici", nata recentemente da una collaborazione tra Erickson e l'agenzia creativa Book on a Tree. Anche in questo caso si parla di volumetti agili e maneggevoli (13 x 18 cm) in cui si raccontano storie

inedite sugli autori dei grandi classici, ispirandosi sempre a episodi della loro vita privata. Per esempio, *L'uomo geometrico*, scritto da Guido Sgardoli, si rifà liberamente alle fantasticherie del giovane Jules Verne, che immaginava di imbarcarsi con suo zio in uno dei suoi tanti viaggi. Seguendo i principi educativi di Erickson, l'intento della collana è soprattutto didattico: sono romanzi a supporto dei docenti, per affrontare e comprendere i diversi generi letterari. Horror, giallo, avventura, fantascienza, e persino romance, sono così spiegati in una maniera avvincente e immersiva. I giovani lettori possono immedesimarsi nei giovani protagonisti, loro coetanei. Sempre per sostegno didattico, ogni volume prevede un'appendice di attività che invitano all'analisi del testo, per riconoscere la struttura tipica della trama, i colpi di scena e similitudini con altre opere, ma anche esercizi di scrittura e invenzione per consolidare le competenze acquisite. Su Speaker, celebre piattaforma di registrazione e fruizione di contenuti audio, è anche disponibile un podcast a essa collegata. Si forniscono così interviste agli autori, curiosità sui classici originali, e soprattutto consigli di scrittura: tutti elementi che rendono la puntata fruibile per studenti e docenti insieme.



Fig. 11. Le prime uscite di “Le orme. Sui passi dei grandi classici”, in collaborazione con Book on a Tree (foto erickson.it).

Conclusione

Questa breve indagine nel mondo dell'editoria per ragazzi non ha di certo esaurito il tema ma ha evidenziato alcuni aspetti fondamentali. Sin dalla loro prima apparizione, gli adattamenti per bambini e ragazzi furono proposti come libri di intrattenimento, consigliati per agevolare il percorso di iniziazione a un patrimonio culturale condiviso. In questo modo, le prime collane contenevano solo quelle opere ritenute esemplari, in grado di trasmettere messaggi universali e condivisibili. Nel corso della storia però, si sono susseguite altre modalità di approccio: alcuni ri-scrittori potevano prenderne in prestito gli spunti narrativi, altri scrivevano un testo completamente nuovo, che risentiva solo in parte della ricchezza dell'opera di partenza, e altri ancora cercavano di mantenersi fedeli all'originale nell'atmosfera e nel ritmo. In quest'ultimo approccio rientrano molte delle ri-scritture per bambini e ragazzi disponibili oggi in libreria, senz'altro riconoscenti della proprietà intellettuale dell'autore originale. Ogni editore cerca così di riproporle a modo suo, puntando su queste collane per costruire il proprio catalogo stabile. Con il proprio pubblico, composto soprattutto da insegnanti e genitori, instaurano un dialogo attivo e continuo, attraverso una presenza massiccia nelle librerie, l'intervento diretto sui social e sugli altri canali di comunicazione, l'aggiornamento delle loro newsletter, l'organizzazione di workshop di formazione e di incontri nelle scuole. Si punta sempre a creare un lettore appassionato, che possa diventare un lettore forte una volta adulto, e che auspicabilmente riprenderà la lettura integrale delle storie che da bambino ha amato, e le apprezzerà con una consapevolezza diversa.

Gino Roncaglia, *L'architetto e l'oracolo: forme digitali del sapere da Wikipedia a ChatGPT*, Roma-Bari: Laterza, 2023

Recensione di Andrea Capaccioni

Nel precedente libro *L'età della frammentazione* (2018), Roncaglia aveva messo a confronto diversi modelli di organizzazione del sapere digitale, con una particolare attenzione alle ricadute sul mondo della scuola. Da un lato, progetti come Xanadu, ambizioso ma mai realizzato, e Wikipedia, l'enciclopedia collaborativa che dal 2021 è diventata uno strumento di consultazione quotidiana per moltissime persone; e dall'altro, la realtà del web, dominata da contenuti brevi, frammentati e spesso superficiali, come quelli privilegiati dai social network.

Nel nuovo saggio *L'architetto e l'oracolo: forme digitali del sapere da Wikipedia a ChatGPT*, l'autore intende esplorare come vengono creati i contenuti digitali complessi e cosa questo significa per il modo in cui costruiamo e intendiamo la conoscenza. Con la convinzione che anche nell'ambiente digitale sia possibile, e aggiungerei necessario, recuperare una certa complessità, così come sembra intravedersi seguendo gli sviluppi più recenti della Rete.

Il volume ruota attorno a due principali modelli di organizzazione del sapere, che all'apparenza possono sembrare opposti ma che in realtà potrebbero dialogare. Da un lato c'è un approccio più strutturato, paragonabile al lavoro di un architetto che concepisce la conoscenza come un edificio ordinato, costruito su classificazioni precise e gerarchie ben definite. È il modello visto in precedenza, che oggi si è evoluto grazie alle tecnologie digitali: ipertesti, metadati, ontologie, web semantico. Roncaglia torna qui a occuparsi di Wikipedia, un argomento più volte trattato in passato, e attraverso la sua storia racconta l'evoluzione di questo modo di costruzione del sapere. Anche le biblioteche, soprattutto quelle digitali, si avvicinano a questo modello, pur mantenendo alcune differenze.

Dall'altra parte c'è un modello più dinamico che vede la conoscenza come qualcosa in continua trasformazione, difficile da catalogare. Le reti neurali e le intelligenze artificiali generative, come ChatGPT, incarnano questo approccio: non seguono regole rigide, ma si basano su associazioni probabilistiche, e per questo sono paragonate agli oracoli. Il titolo del libro richiama questa contrapposizione, con un richiamo "nerd" ai film della serie Matrix, due intelligenze artificiali molto diverse ma costrette a collaborare.

La struttura del volume rispecchia questa divisione. Dopo un'introduzione che riprende i punti essenziali del libro precedente, le prime due sezioni si concentrano sull'evoluzione dell'enciclopedismo in ambiente digitale e sullo sviluppo delle reti neurali, offrendo un confronto tra due approcci alla costruzione del sapere nel contesto contemporaneo.

Il volume presenta un forte interesse anche per chi lavora nel campo dell'editoria. Roncaglia non si limita a riprendere alcune osservazioni sulla nascita delle encyclopedie elettroniche, ma amplia il discorso affrontando temi ritenuti cruciali per il futuro del libro. In particolare, presenta in modo sintetico il possibile impatto delle intelligenze artificiali generative sul mondo editoriale a partire dai prossimi anni. Una tecnologia presentata come rappresentativa di una nuova fase, la quinta, nello sviluppo dell'ecosistema digitale, successiva ai computer, ai personal computer, a Internet e agli smartphone. A seconda della prospettiva adottata, questa fase più recente può essere vista come una nuova tappa tecnologica oppure come un periodo di profondi cambiamenti culturali, che segue l'età dei pionieri della rete, quella degli insediamenti informativi, l'epoca dei social e quella delle grandi architetture del sapere.

Le intelligenze artificiali generative stanno già trasformando in modo significativo il modo in cui vengono prodotti e distribuiti i contenuti, e il loro impatto si estende a molti aspetti del lavoro editoriale. Secondo Roncaglia, queste tecnologie stanno migliorando le capacità di traduzione automatica, raggiungendo livelli paragonabili a quelli di un buon traduttore umano, non solo per testi saggistici, ma anche, in parte, per quelli letterari meno complessi. È una prospettiva che suscita comprensibili preoccupazioni tra i professionisti del settore, ma che appare difficile da evitare nel medio e lungo periodo. Al tempo stesso, si potrebbe aprire nuove opportunità, favorendo un accesso più ampio e diretto a culture, fonti e contenuti internazionali.

Sta cambiando anche il modo in cui si concepisce e si fruisce il contenuto editoriale. Se in passato l'editoria si concentrava sull'oggetto fisico del libro, sul supporto, oggi, grazie alle tecnologie digitali e all'intelligenza artificiale, si tende a separare l'interfaccia di lettura dal contenuto stesso. Il contenuto editoriale non è più necessariamente legato a un formato fisico o a una lingua specifica, ma diventa dinamico, adattabile e potenzialmente automatizzabile. Questo permette di pensare all'opera in termini più universali, svincolandola dalla lingua o dal formato specifico, e contribuendo così a una visione più internazionale e accessibile della produzione editoriale.

Le intelligenze artificiali generative non si fermano alla traduzione: sono in grado di sintetizzare testi, migliorarne la qualità redazionale e integrarne contenuti, avvicinandosi a un'informazione capace di raggiungere maggiori livelli di complessità. Inoltre, i chatbot rivoluzioneranno settori come la grafica, l'impaginazione, la promozione editoriale, la produzione di audiolibri multilingue e l'accessibilità.

Pur sollevando non poche preoccupazioni sul futuro di chi è impegnato in questo settore, lo studioso evidenzia come, almeno nel breve periodo, si possa immaginare una collaborazione tra competenze professionali e sistemi automatici, con inedite forme di interazione e nuove figure professionali. Il cambiamento sarà profondo e comporterà una revisione delle competenze editoriali, ma potrà anche aprire nuovi spazi capaci di favorire una più ampia diffusione della cultura e un accesso alla conoscenza più inclusivo.

Arnaldo Benini, *Tiro sassi alla finestra di Hitler. I messaggi radiofonici di Thomas Mann in esilio (1940-1945)*, Roma: Salerno editrice, 2025

Recensione di Federica Bertagna

Una nuova edizione italiana, la quarta, dei radiomessaggi di propaganda antinazista che lo scrittore Thomas Mann registrò tra il 1940 e il 1945 negli Stati Uniti, dove era esule dal 1938, e che la BBC trasmise in Germania da Londra, può apparire pleonastica, tenuto conto che, se la prima risale al lontano 1947, le due successive sono uscite in questo millennio: una nel 2006; e una nel 2017, tra l'altro in una collana di ampia circolazione come gli Oscar Mondadori, e arricchita dall'introduzione di Giorgio Napolitano. In realtà, il volume curato da Arnaldo Benini, professore emerito di Neurochirurgia all'Università di Zurigo e già autore di saggi su Mann, presenta non pochi motivi di interesse, che vanno al di là dell'indiscutibile valore di questi testi come documento storico.

Il primo è che nelle precedenti edizioni i radiomessaggi erano inclusi in una miscellanea di saggi etico-politici scritti da Thomas Mann a partire dal 1922, che come segnalava nella sua acuta analisi Napolitano dava conto nel suo insieme dell'avvenuto approdo dell'autore delle *Considerazioni di un impolitico* a una visione democratica e di un percorso intellettuale in cui appunto dal 1922 il nesso cultura-politica divenne centrale, mente qui Arnaldo Benini li propone per la prima volta al lettore italiano in una veste diversa: come corpus a sé stante, in una nuova traduzione e introdotti ciascuno da un commento.

Ne discendono risvolti di non poco conto. Per quanto concerne il primo aspetto, isolando i 58 messaggi radiofonici dagli scritti precedenti, prodotti in circostanze e con finalità diverse, Benini ne fa risaltare appieno la natura di testi di propaganda antinazista, concepiti per un mezzo, la radio, che democrazie e regimi totalitari dagli anni Venti avevano ampiamente utilizzato a tale fine, e che lo stesso Mann dimostrò di conoscere molto bene nelle sue caratteristiche e nel suo potenziale.

Non a caso, dopo aver inviato i primi messaggi a Londra con cablogrammi, che venivano poi letti alla radio da un funzionario di lingua tedesca della BBC, chiese e ottenne dall'emittente inglese di registrarli personalmente, recandosi negli studi di Los Angeles della NBC, per sfruttare l'impatto emotivo della sua voce – che in quel momento era la voce di uno scrittore premio Nobel di fama mondiale costretto ad abbandonare il suo Paese.

Emergono in tutta la loro incisività la denuncia da parte di Mann del nazismo e dei suoi crimini e la condanna delle uccisioni e poi dello sterminio sistematico degli ebrei: nel novembre del 1941, parlò per esempio di «orrore e profanazione dell'umanità», di fronte alle notizie di uccisioni di massa col gas di feriti e malati; e il 14 gennaio 1945, dopo aver fornito i dati sul numero di ebrei assassinati ad Auschwitz, avvertì: «Non si può enumerare tutto ciò che la Germania nazista ha fatto agli uomini, all'umanità. Voi tedeschi dovete saperlo. Orrore, vergogna e pentimento sono le prime necessità. E solo l'odio è necessario, contro i delinquenti che hanno reso mostruoso il nome tedesco davanti a Dio e al mondo intero».

I messaggi avevano una durata limitata, tra i cinque e i sette minuti, e Mann per renderli più efficaci fece ricorso a un linguaggio e a toni duri e perentori, che in alcuni passaggi divennero addirittura veementi, ma questo stile è anche il frutto dell'interpretazione di Benini e della sua decisione di offrire una nuova traduzione dei radiomessaggi che si differenzia dalle precedenti, pur definite 'impeccabili' – e in particolare da quella iniziale della germanista Cristina Baseggio, ripresa dall'altra germanista di vaglia Lavinia Mazzucchetti – perché mira, nelle parole dello stesso Benini, a rendere più nettamente il «sacro furore morale» (p. 21) dello scrittore tedesco nell'esilio.

Lasciamo ai germanisti naturalmente l'onere di valutarne dal punto di vista filologico la qualità e la rispondenza al testo originale. Ci limitiamo a osservare che questo approccio ha portato Benini a compiere scelte diverse sul piano lessicale (per fare un solo esempio: il sostantivo 'sozzura' è sostituito da Benini con 'lordume', che ha una connotazione più materiale e non viene normalmente usato in senso morale o figurato) e non solo: emblematica quella forte in apertura, di modificare la frase iniziale con cui Mann si rivolgeva ai tedeschi in tutti i suoi messaggi, che nella sua versione diventa l'imperativo «Tedeschi ascoltate!» e non il più neutro «Ascoltatori tedeschi».

L'ultima novità significativa risiede come detto nel fatto che questa è un'edizione commentata: i radiomessaggi, che venivano diffusi con cadenza mensile, in genere a pochi giorni di distanza dalla loro stesura e registrazione (lo scarto temporale era molto ridotto grazie al sistema adottato, che prevedeva l'invio dei dischi per via aerea da Los Angeles a New York, e poi la loro trasmissione telefonica a Londra), sono preceduti da una breve contestualizzazione storica, che utilmente li mette in relazione con gli avvenimenti del momento e, quel che più conta, con il contrappunto continuo delle scritture private di Mann: i diari e le lettere.

Quest'ultima operazione è di grande importanza. Da un lato, perché rende evidente come dietro allo sforzo propagandistico di Mann (di cui pure egli non sopravvalutava l'impatto: le parole erano come «sassi alla finestra di Hitler», nella sua efficace metafora ripresa nel titolo), che lo portava a dare per certa precocemente nei messaggi la sconfitta di Hitler, incitando i tedeschi a ribellarvisi per non pagare un prezzo ancora più alto, ci fossero i tormenti e i timori di una sua possibile vittoria nazista nel conflitto, almeno fino agli ultimi mesi del 1942, anche come riflesso della sfiducia negli Alleati per quella che a lui sembrava inattività (*en passant*, se ne ricava pure una nota ma sempre utile da ricordare lezione storiografica: gli attori, quando prendono le loro decisioni, non sanno come andrà a finire).

Dall'altro perché Benini utilizza soprattutto i passaggi del diario per provare a sciogliere il nodo analitico che più gli sta a cuore: il modo in cui Mann rielaborò durante la Seconda Guerra Mondiale, e a partire anche da quanto avveniva negli altri Paesi occupati in cui si andavano sviluppando movimenti di Resistenza, la sua visione del rapporto della Germania col nazismo. Qui la lettura di Benini è molto convincente, nel sottolineare il travaglio dello scrittore, che si illuse a lungo sulla possibilità di una reazione dei tedeschi contro Hitler e arrivò lentamente e non senza oscillazioni a maturare (in privato) e manifestare (nei radiomessaggi) la convinzione che il nazismo avesse radici profondissime nella cultura della Germania: così, se nel messaggio trasmesso il 26 agosto 1941 Mann sostenne con nettezza «il nazionalsocialismo è la realizzazione politica di idee che pervadono da un secolo e mezzo l'intelligenza e il popolo tedeschi», successivamente tornò a considerare quest'ultimo più vittima di una banda di criminali sanguinari che complice.

L'utilizzo dei suoi diari come elemento di contrasto risulta ancora più prezioso per il lettore italofono, considerato il fatto che essi sono ancora pressoché del tutto inediti in italiano (e invero in ogni altra lingua

diversa dal tedesco): solo nel settembre 2025 è infatti uscita la traduzione del volume relativo agli anni del primo dopoguerra (cfr. Thomas Mann, *Diari*, a cura di Elisabeth Galvan, I, 1918-1921, a cura di Luca Crescenzi, Milano: Mondadori, 2025). Una notazione finale, per ribadirne la rilevanza, riguarda il momento storico in cui appare questa edizione dei radiomessaggi di Mann: le cui preoccupazioni per il futuro della Germania e dell'Europa tutta dopo la conclusione del conflitto ci paiono le stesse di Benini, di fronte agli scenari di guerra che l'Europa sempre più pericolosamente vive da quasi quattro anni a questa parte, dopo l'invasione russa dell'Ucraina.

Fulvio Julita, *Scrivere con l'AI. Come unire intelligenza artificiale, strategia e creatività*, Milano: Hoepli, 2025

Recensione di Davide Martini

Dietro una copertina olografica iridescente, si cela un manuale che affronta con consapevolezza e profondità uno dei temi più urgenti e complessi della contemporaneità, ovvero la trasformazione del processo di scrittura nell'era dell'intelligenza artificiale generativa. L'autore – noto per la sua lunga esperienza nel campo della comunicazione d'impresa, del marketing narrativo e della formazione digitale – propone un volume che non si limita solo a fornire un prontuario tecnico sull'uso dei nuovi strumenti di scrittura automatizzata, ma costruisce anche un discorso articolato, culturale e strategico sul ruolo dell'autore umano in un ecosistema testuale popolato da algoritmi capaci di produrre parole, idee e persino emozioni. Julita parte da una constatazione ormai ineludibile: la scrittura non è più soltanto un gesto individuale, ma un processo condiviso tra intelligenze diverse, umane e artificiali, che cooperano nella costruzione del senso. Da questa premessa si sviluppa un'analisi che unisce riflessione teorica, consapevolezza etica e concretezza operativa, con l'obiettivo di restituire ai professionisti della comunicazione una bussola per orientarsi nel mutato paesaggio dei contenuti digitali.

Il testo, concepito come un percorso graduale, accompagna il lettore dalla comprensione del fenomeno tecnologico dell'AI alla sua integrazione pratica nelle attività quotidiane di scrittura. Nelle prime sezioni l'autore descrive la rivoluzione introdotta dai modelli linguistici di nuova generazione, spiegando in modo accessibile ma rigoroso come funzionano e perché stanno modificando le dinamiche della creatività. Julita invita, inoltre, a considerare l'AI non come un'entità estranea, ma come una sorta di co-autore invisibile, capace di ampliare le possibilità dell'immaginazione, purché sia guidato con consapevolezza. La seconda parte del volume esplora, invece, la dimensione strategica della

scrittura, mostrando come l'uso dell'AI possa rafforzare lo storytelling di marca, la costruzione dell'identità aziendale e la pianificazione di contenuti digitali.

L'autore si sofferma sull'importanza della progettazione del messaggio, della coerenza narrativa e dell'analisi dei destinatari, ribadendo che la tecnologia è efficace solo se inserita in un disegno comunicativo chiaro e orientato a obiettivi precisi. Un'attenzione particolare è dedicata al tema del *prompt design*, ovvero l'arte di formulare istruzioni adeguate a ottenere risultati pertinenti dai modelli linguistici. Julita mostra come il modo di dialogare con l'AI influenzi profondamente la qualità dei testi prodotti e sottolinea che la competenza dello scrittore del futuro consisterà anche nella capacità di costruire *prompt* efficaci, calibrati sulla situazione, sul tono e sugli obiettivi comunicativi. Nelle sezioni successive, il volume entra nel vivo della dimensione operativa, analizzando tutte le fasi del processo di scrittura: la ricerca delle fonti e dei dati, la pianificazione del discorso, la redazione, la revisione stilistica e la diffusione del contenuto. In ultimo, si illustra come l'AI possa intervenire in ciascuno di questi passaggi, offrendo suggerimenti, alternative lessicali, analisi semantiche e perfino simulazioni di ricezione del testo da parte dei lettori.

Tuttavia, Julita mette in guardia da ogni forma di delega acritica: la macchina può sostenere l'intelligenza umana, ma non sostituirne la responsabilità creativa, etica e interpretativa. La scrittura, sostiene, rimane un atto di scelta e di senso, e l'AI è uno strumento che amplifica il potenziale dell'autore solo se egli ne conserva il controllo. Particolarmente apprezzabile è la capacità dell'autore di mantenere un equilibrio tra linguaggio tecnico e riflessione culturale, alternando esempi pratici, citazioni di casi reali e spunti teorici che invitano a una lettura più ampia del fenomeno. *Scrivere con l'AI* si distingue da molti manuali sullo stesso argomento proprio per la sua vocazione 'umanistica': non propone una visione deterministica o entusiasticamente tecnologica, ma un modello di convivenza tra umano e artificiale fondato sulla complementarità e sulla consapevolezza. Julita si sofferma anche sulle questioni legali e deontologiche legate alla scrittura automatizzata, dall'uso corretto delle fonti alla tutela del diritto d'autore, dall'autenticità del contenuto alla responsabilità editoriale, ricordando che ogni testo generato da un algoritmo porta con sé implicazioni sociali e morali che non possono essere ignorate. L'autore invita i professionisti

a sviluppare una sorta di etica della scrittura con l'AI, che unisca trasparenza, senso critico e capacità di discernimento.

Sul piano stilistico, il libro è scritto con chiarezza e ritmo, alternando momenti di riflessione teorica a passaggi di tono più narrativo o confidenziale, capaci di mantenere vivo l'interesse del lettore anche nei passaggi più tecnici. Il suo taglio pragmatico, unito alla sensibilità per le implicazioni culturali, ne fa un testo adatto sia a chi lavora nel campo della comunicazione e del marketing sia a chi, più semplicemente, vuole comprendere come l'AI stia ridefinendo la nostra idea di scrittura e, in termini più ampi, dell'intero ecosistema editoriale. Se da un lato *Scrivere con l'AI* offre un repertorio di metodi, strumenti e suggerimenti concreti, dall'altro rappresenta un manifesto per una nuova cultura della scrittura, fondata sull'integrazione tra creatività umana e capacità computazionale. L'unico limite, forse inevitabile in un campo in così rapida evoluzione, è la velocità con cui certe tecnologie mutano: alcune indicazioni operative rischieranno di apparire superate nel giro di pochi anni, ma la visione complessiva proposta da Julita conserva un valore duraturo, perché si fonda su principi più che su strumenti.

Il libro, infatti, non mira a insegnare un uso meccanico dell'intelligenza artificiale, bensì a proporre un nuovo paradigma cognitivo in cui l'autore e la macchina dialogano in modo dinamico e costruttivo. In definitiva, *Scrivere con l'AI* è un contributo importante per chi voglia interrogarsi non solo su come cambiano le tecniche di scrittura, ma su cosa significhi davvero oggi scrivere. Julita dimostra che l'AI, lungi dal minacciare la creatività, può diventare un catalizzatore di pensiero, un amplificatore di sensibilità e un partner capace di stimolare nuove forme di espressione. La sua tesi di fondo è che la scrittura del futuro non sarà più soltanto un atto solitario, ma un processo dialogico in cui l'intelligenza umana si misurerà con un nuovo tipo di interlocutore: un interlocutore artificiale, ma non per questo privo di valore simbolico o estetico. Questo dialogo, se condotto con consapevolezza, potrà arricchire non solo la produzione di contenuti, ma anche la nostra capacità di riflettere, di comunicare e di comprendere il mondo.