

EDITORIALE

"Come potremmo pubblicare": I giornali murali aumentati - "As we may print": The augmented wall newspapers

Ciappelloni R.

Questo editoriale è dedicato ad una particolare forma di comunicazione a mezzo stampa, quella del giornale murale, o meglio una sua versione "aumentata", che introduce alcuni accorgimenti informatici per consentire l'accesso estemporaneo a varie fonti documentali contenute in repository ad accesso libero.

In questa situazione di penuria di fondi, i periodici ibridi, che utilizzino la stampa su carta accoppiata ai media elettronici, potrebbero consentire di limitare i costi di produzione editoriale (soprattutto stampa e distribuzione), garantendo il contatto con un elevato numero di lettori. Sul versante elettronico si potrebbero impiegare strumenti che, per l'utente italiano, sono molto più congeniali del personal computer, come ad esempio gli smartphone, telefonini intelligenti con capacità di gestire ambienti multimediali. Possiamo affermare questo con cognizione di causa perché nella nostra attività, in qualità di giornale elettronico, abbiamo sviluppato nel tempo, a partire dal 2002, sia metodi di stampa adatti alla esposizione "murale" (prevalentemente riferiti ai poster scientifici) che forme di comunicazione legate alle applicazioni informatiche in Rete.

Come integrare queste esperienze, apparentemente diverse, è l'argomento di cui ora ci occuperemo, mentre le specifiche modalità di realizzazione dei giornali murali in versione "aumentata", saranno esposte in un articolo successivo, di cui il presente editoriale è una anticipazione.

È utile sottolineare che l'importanza che ancora oggi hanno i giornali murali si deve al fatto che, essendosi situati, fin dal loro primo apparire in un'area "poco definita" della comunicazione a mezzo stampa, sono adesso un territorio ancora scarsamente esplorato, pertanto suscettibili di miglioramenti.

Queste pagine "da parete" sono pronte ad accogliere qualcosa di nuovo, ospitare dei "salti tecnologici" (leapfrogging), introducendo nel testo il modello citazionale (grazie a espedienti di cui ora parleremo) e link ipertestuali per collegare il cliente (lettore) a un Cloud provider, che offre servizi di tipo DaaS (Data as a Service). È una forma di "sincretismo tecnologico", che fa convergere due sistemi editoriali sinora paralleli: quello delle bacheche cartacee e quello delle bacheche elettroniche. Da una parte abbiamo il modello analogico basato sul poster, dall'altra quello digitale dei Bulletin Board System, cui si accede tramite un videoterminale.

Ma prima di descrivere l'ibrido cartaceo-elettronico (speriamo non sia una chimera), è necessario dare un'occhiata più da vicino a questa vecchia forma di pubblicazione nella sua consueta forma.

Dunque, parliamo del giornale murale

I giornali murali sono testate regolarmente registrate nel tribunale di competenza e sono definiti dalla Legge sulla Stampa n. 47 del 20 gennaio 1948. Possono venir loro attribuiti i consueti codici identificativi (come l'ISSN), si caratterizzano per una determinata periodicità, sono insomma in tutto e per tutto simili ai consueti giornali tranne che per il particolare canale distributivo utilizzato.

Infatti, mentre le copie di un qualsiasi quotidiano debbono essere spedite per raggiungere nei tempi stabiliti gli abbonati o le edicole, il giornale murale no. Semplicemente viene affisso in modo da

essere visibile ai passanti, i quali si soffermeranno di fronte alla superficie stampata il tempo necessario per leggere le notizie. Si potrebbe dire che questi affissioni costituiscano una forma di comunicazione "residuale", oggi scarsamente utilizzata, un po' per l'abbandono e il degrado delle aree pubbliche e anche perché ormai disponibili media elettronici molto efficaci.

Facendo uso del Web, questi ultimi possono contare su una distribuzione capillare e pressoché istantanea dei contenuti, oltretutto a costi prossimi a zero.

L'unica vera differenza è che nel primo caso l'utente non ha bisogno di attrezzarsi. I giornali murali non richiedono un computer per essere letti, fanno affidamento a tecnologie semplici, potendo, sempre secondo la legge del 1948, essere redatti "in parte a mano" e in "copia unica", come recita il testo dell'articolo 10.

ART. 10 - GIORNALI MURALI

Il giornale murale, che abbia un titolo e una normale periodicità di pubblicazione, anche se in parte manoscritto, è regolato dalle disposizioni della presente legge. Nel caso di giornale murale a copia unica, è sufficiente, agli effetti della legge 2 Febbraio 1939, n. 374, che sia dato avviso della affissione all'autorità di pubblica sicurezza. L'inosservanza di questa norma è punita ai sensi dell'art. 650 del Codice Penale. I giornali murali sono esenti da ogni gravame fiscale.

Al giorno d'oggi essi rappresenterebbero una "sopravvivenza", il persistere di precedenti e antichi strumenti di informazione fra quelli attuali. Ma antichi quanto? Senza arrivare a scomodare le incisioni rupestri del Neolitico, potremmo riferirci alla stretta parentela con gli "Acta diurna", bollettini giornalieri, istituiti da Giulio Cesare nel 59 a.C., che venivano esposti nei luoghi pubblici della città.

Pertanto i giornali murali possono vantare quasi 21 secoli di storia. Fra i pregi di questa pubblicazione citiamo, oltre la vetustà, anche la stabilità, infatti, come dicevamo prima, nel tempo i cambiamenti sono stati assai pochi.

Recentemente, i giornali murali sono stati utilizzati prevalentemente per diffondere messaggi politici di massa, come è avvenuto in Cina nel periodo della rivoluzione culturale con i cosiddetti "Dazebao" (dal 1966 al 1976). L'importanza di queste pubblicazioni per la politica è dimostrata dal fatto che oggi ci si è occupati di loro in varie normative che riguardano le campagne elettorali (Legge n. 212 del 4 Aprile 1956 - Norme per la disciplina della campagna elettorale, Art.1, 2, 7, 8, 9). Anche alcune organizzazioni sindacali hanno rivendicato il diritto di affiggere i giornali murali.

Alcuni esempi di giornali murali intorno a noi

I giornali di oggi che si definiscono "murali" sono prevalentemente, tranne alcune eccezioni, organi di stampa che hanno un interesse locale. A parte il "Il secolo d'Italia", citiamo il "Giornale del Partito Democratico" di Forte dei Marmi, "Cagliari Notte" (si definisce quotidiano murale luminoso), "Il Nuovo Risveglio" di Racuja, "Coseperunaltromondo" di Sesto San Giovanni, "PaeseRoma.it" (http://www.paeseroma.it/wordpress/?page_id=3941).

Spicca una bella utilizzazione della stampa murale, quasi una installazione di "arte visiva", realizzata alla "Viennale" (Vienna International Film Festival:

http://50jahre.viennale.at/en/projects/26_wall-newspaper), la più importante manifestazione austriaca dedicata al cinema.

Ci sono infine molti progetti di comunicazione tecnologica e sociale per i Paesi in via di sviluppo basati sui giornali murali. Citiamo per tutte una iniziativa di riferimento in India, il Pratibadh Wall Newspaper (http://manthanaward.org/section_full_story.asp?id=664), stampato in Hindi e Punjabi, che rappresenta uno strumento di informazione per comunità di villaggio.

Smartphone per i giornali murali "aumentati"

I giornali murali, sia pure attualizzati e integrando innesti high-tech, sono sempre legati alla vecchia

comunicazione orale, che un tempo avveniva in ampi luoghi pubblici come la via, la piazza o il mercato. Per questo motivo le loro versioni avanzate ereditano la stessa disposizione tipografica, caratterizzata da:

- titoli: impattanti per grandezza e colore delle stringhe di caratteri (con un effetto molto simile a quello riscontrabile nel manifesto pubblicitario);
- uso strutturante dello sfondo con articoli ingabbiati in colonne. Questa volta di larghezza non eccede le 40 battute (meglio se meno), distanziate di almeno 0,5 cm, senza giustificazione (in modo che il lettore non si smarrisca nei ritorni a capo);
- uso dello sfondo e dei blocchi di testo per creare una specie di mappa strutturata che renda facile la lettura.
- uso di immagini di richiamo (studiate per la valutazione degli argomenti presentati); Lo scopo è di favorire la leggibilità anche da una certa distanza. Immagini, sfondi e annessi paratestuali hanno qui un ruolo di fondamentale importanza.

Il numero di articoli che possono essere inseriti in ogni numero è ovviamente condizionato dall'area murale disponibile (in Italia, una misura accettata nel manifesto e nel poster scientifico è di 70 x 100 cm). Oltre alla dimensione del carattere tipografico, concorrono anche giustezza, interlinea e spaziatura, che dovranno non solo assicurare di "impacchettare" la massima quantità di battute in ogni box disponibile, ma anche l'agevole leggibilità della pubblicazione nel limitato tempo di sosta.

Il giornale murale aumentato può essere organizzato come un tabellone che contiene una serie di abstract, poco più estesi del normale, recanti ognuno un'informazione definita o autoconsistente. In ogni articolo saranno sempre presenti brevi "lanci" che riguardano informazioni di approfondimento richiamabili via Web. I testi sono esplicitamente collegati alla Rete non solo per consentire la lettura di un documento derivato, molto più ampio dell'articolo-abstract, ma anche di altri materiali informativi di natura multimediale che lo smartphone è in grado di gestire (suoni, immagini in movimento e filmati).

Gli espedienti per linkare i contenuti a stampa con quelli elettronici possono essere diversi. Si può semplicemente fornire in calce all'articolo il collegamento alla risorsa in questione, rappresentato da link molto brevi, graficamente riconoscibili e facilmente digitabili su smartphone del tipo: "<http://dominio.it/carni23>". Questo tipo di link è facilmente gestibile, può essere digitato estemporaneamente ed è possibile ricordarlo, essendo composto da nomi e numeri che indicano i diversi argomenti. I link possono anche essere accorciati.

Accettando risultati appena più destrutturati, è possibile utilizzare servizi di abbreviazione dei link come TinyURL (<http://tinyurl.com/>) o Bit.ly (<https://bitly.com/>). In questo caso lo svantaggio è che l'utente non sarebbe in grado di capire a quale dominio punta realmente l'indirizzo così riassunto. La situazione potrebbe suscitare una certa diffidenza, per la possibilità di essere vittima di phishing o reindirizzamenti malevoli. In questo caso il lettore potrebbe cautelarsi utilizzando strumenti che svelano il link completo come LongUrl (<http://longurl.org/>), ma allora l'immediatezza dell'operazione andrebbe perduta.

Il modo più efficace e automatico, per fornire i link alle risorse ampliate del giornale murale, è rappresentato da "trapianti informatici", cioè inserti impressi a stampa come i QR Code (Quick Response Code), che sono piccoli codici a barre bidimensionali, scannerizzabili dall'apparato fotografico del telefono cellulare e che consentono di richiamare a schermo le risorse informative citate nel poster (ovviamente adattate, per la lettura, allo schermo dei cellulari). L'inserimento nella pubblicazione di microchip, del costo di pochi euro, come tags NFC (Near Field Communications) o RFID (Radio Frequency Identification), consentirebbe una maggiore efficacia

nell'interazione. In tal caso, quando un cellulare dotato di un software adeguato si avvicina sufficientemente a questi inserti o ne tocca la superficie, viene attivato automaticamente il collegamento Web senza neppure il bisogno di sfiorare con il dito l'indirizzo.

Quindi, grazie all'accoppiamento giornale murale e smartphone, si realizza un effetto che simula l'augmented reality (realtà ampliata), che incrementa notevolmente l'utilità di una pubblicazione a stampa. La lettura dell'abstract di un articolo, per esempio, potrebbe essere immediatamente seguita dal download del testo intero, di un podcast in formato audio o video o di un modulo elettronico per contattare gli autori e fornire loro un feedback. Tutte funzionalità già disponibili per il poster scientifico.

Sintetica lista di vantaggi e svantaggi dei giornali murali "aumentati" Da quanto abbiamo appena detto è evidente che i vantaggi dei giornali murali in versione aumentata sono già molti. Li elenchiamo brevemente di seguito.

- forte azione di richiamo dovuto alle immagini e al colore. Si può dire che il giornale murale fa "pubblicità a se stesso";
- possibilità di utilizzare un discreto spazio pubblicitario che può essere impiegato per il finanziamento della pubblicazione;
- buon "impatto informativo", dato dalla possibilità di fruire del quadro d'insieme dell'informazione disponibile, come avviene nelle mappe mentali, con un singolo colpo d'occhio (possibilità di evidenziare anche le relazioni fra le parti di un tale schema);
- possibilità di raggiungere molti lettori (come pure di essere letto a più riprese da ognuno di essi), scegliendo tempi e luoghi favorevoli per la pubblicazione si potrebbe anche selezionare l'utenza (esposizione in concomitanza di eventi quali mercati, manifestazioni periodiche, convegni o posizionamento in luoghi di transito, come nelle stazioni ferroviarie);
- stimolo ad una certa comunicazione trasversale fra i lettori. Il giornale murale come centro di aggregazione (può essere collegato a social media come Twitter®);
- possibilità di diffondere contenuti in modo sia passivo (un po' come nel medium televisivo), che interattivo (in modalità aumentata);
- accesso all'ampliamento dei contenuti, richiamati tramite smartphone o tablet, e anche, tramite parole chiave. Ciò consentirebbe di effettuare ricerche rapide nel testo del giornale murale, utilizzando la versione elettronica.

Naturalmente ci sono anche alcuni svantaggi:

- i giornali murali aumentati, in questa accezione, sono fortemente collegati all'uso di telefoni cellulari di ultima generazione o tablet. Da soli avrebbero comunque una importanza informativa, ma molto più limitata;
- in questo tipo di pubblicazione i testi nella versione stampata su carta sono necessariamente piuttosto "laconici";
- sono relativamente scomodi da leggere, in quanto è necessario sostare in piedi di fronte al poster in un contesto che, presumibilmente, non facilita la concentrazione (luoghi di transito affollati o rumorosi);
- la pubblicazione deve essere necessariamente di taglio un po' più generalista, potendo selezionare in modo meno preciso i fruitori delle informazioni.

Conclusioni

La motivazione che spinge ad "aumentare" i giornali murali non è dovuta alla ricerca di una originalità fine a se stessa, ma dalla scarsa capacità di utilizzazione di Internet degli Italiani. Nonostante il dato di "connessi alla Rete" si attesterebbe intorno al 78.9% della popolazione

(Report di Audiweb 2012 http://www.audiweb.it/cms/view.php?id=4&cms_pk=265), sembra evidente un certo distacco dai Paesi più avanzati in questo settore, soprattutto per le fasce intermedie di età.

Le televisioni parlano spesso della grande diffusione del Web, fino al punto di interrogarsi sui pericoli che una tale attività, prolungata nel tempo, comporterebbe per i più giovani. Ma sembra una argomentazione un po' artificiosa e legata all'immagine televisiva che la nostra società vuole per forza avere di se stessa. Nella realtà, la diffusa capacità di servirsi di Internet (non di disporre semplicemente di un collegamento) sembra essere un mito, che nel nostro Paese si riferisce a una élite piuttosto che a una maggioranza.

Ricordiamo, a tal riguardo, anche l'annoso problema della difficoltà di accesso alla banda larga in Italia, questione cronicamente sollevata e irrisolta, una situazione che ci spinge agli ultimi posti in Europa nel settore dell' ICT (Information and Communication Technology). Tuttavia, se il computer affonda e il browser si impianta, il telefono cellulare "vola". In una specie di accettata schizofrenia, ci troviamo immersi nella stagnazione tecnologica, ma tutti o quasi cullano nel palmo della mano device molto avanzati come appunto i cellulari di ultima e ultimissima generazione.

Nel nostro Paese lo smartphone è uno dei congegni più diffusi e utilizzati, non solo dai giovanissimi, con un mercato in continua crescita.

Da quanto detto emergono spunti per ipotizzare l'impiego di questi mezzi per l'informazione e la divulgazione scientifica. Forse proprio il telefono cellulare ci aiuterà a mantenere il contatto con quel gruppo di paesi che si trova ben al di là del digital divide, mentre noi stiamo arrancando con fatica proprio sul culmine della cresta, incerti se franare su un versante o sull'altro.

Un tempo l'attenzione intorno a tabelloni colorati era suscitata non solo con artifici grafici. Veri professionisti della notizia, come i cantastorie, mettevano le informazioni in versi. Si aiutavano con la musica e con sequenze ordinate di disegni in grandi tabelloni che facevano loro da sfondo. Oggi la prosecuzione dello "spettacolo informativo" prevede l'innesto della WebTv in grandi schermi al plasma. È forse il prossimo passo della comunicazione attraverso i giornali murali, specie se di natura istituzionale. Già ora si vedono tabelloni elettronici, a volte detti anche (forse un po' impropriamente) giornali luminosi, utilizzati da numerose municipalità per diffondere informazioni turistiche, sulla qualità dell'aria o sulla viabilità. Ma questo è un altro scenario, ancora più in là da venire, per ora indaghiamo come grafica gestaltica, link, codici a barre o trasponder, possano aiutarci a fare di un giornale murale una finestra sull'informazione legata al Web.

Collaborazione

Chiediamo allora ai nostri lettori di partecipare con noi a una specie di "brainstorming" che riguarda la rappresentazione dei contenuti tecnici, scientifici o genericamente informativi nella *modalità murale aumentata*.

Si tratta di immaginare uno schema efficace per la mappa dei contenuti, che preveda adeguati artifici retorici e grafici, in grado di rendere più comunicativa la serie di abstract che si squaderna di fronte al lettore (un lettore peripatetico e stazionante).

Tutto per raggiungere lo stesso fine di ogni giornale: quello di pubblicare articoli e diffondere informazioni.

Se desiderate partecipare alla discussione, che verrà fedelmente riportata in queste pagine, attivate il link seguente (o il QR Code) e compilate il modulo elettronico che troverete a vostra disposizione. alla pagina: (Link breve: <http://goo.gl/GEHz0>).

Brainstorming
sull'approccio murale aumentato, per l'editoria scientifica



QR code che invia al modulo elettronico per l'adesione all'iniziativa

Bibliografia

- AICA. L'ignoranza informatica: il costo nella Pubblica Amministrazione Locale. Rapporto AICA - SDA Bocconi 2011. (<http://www.aicanet.it/attivita/pubblicazioni/Costo-Ignoranza-Informatica-Giugno-2011.pdf>)
- Audiweb. risultati della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia e i dati di audience del mese di luglio 2012 (http://www.audiweb.it/cms/view.php?id=4&cms_pk=265).
- Boginich L.A. (1981) Wall newspaper in educating medical personnel. *Med Sestra*. Dec;40(12):50-1.
- Canevacci M. (2000) Sincretismi culturali. In: Convegno su Flussi Migratori: Incontri tra Culture. Università di Cassino, 4-6 Dicembre.
[<http://digilander.libero.it/cp47/laborato/immigrazione/sincretismi.htm>]
- Cascio J. (2004) Leapfrog 101. *Worldchanging* [<http://www.worldchanging.com/archives/001743.html>] Catriona K. (2002) A Laboratory for the Manufacture of Proletarian Writers: The Stengazeta (Wall Newspaper), Kul'turnost' and the Language of Politics in the Early Soviet Period. *Europe-Asia Studies*, 54(4):573-602.
- Ciappelloni R. (2011) L'informazione scientifica e i "sistemi aperti" per l'editoria elettronica. *Sanità Pubblica Veterinaria*, n. 64 <http://indice.spvvet.it#508>
- Ciappelloni R., Fruttini L. (2010) Riviste Open Access per il Sistema Sanitario: un caso di studio sull'editoria sostenibile - Open Access journal for the Health System: a case study on sustainable publishing. *Sanità Pubblica Veterinaria*, n. 61. <http://indice.spvvet.it#480>
- De Luca M. N. (2011). Analfabeti digitali, L'Italia che ignora Internet. *.Repubblica.it*, 3 Novembre. <http://www.repubblica.it/cronaca/2011/11/03/news/analfabeti-24332485/>
- Downing J.D.H. (2003) Audiences and readers of alternative media: the absent lure of the virtually unknown. *Media Culture Society*, 25(5):625-645.
- Glushanko V.S., Protas R.N. (1980) Experience with organizing a wall newspaper for a medical college. *Zdravookhranenie Rossiskoi Federatsii*.; n. 4: pag.37-9.
- Legge sulla stampa n. 47 del 1948 (http://www.difesadellinformazione.com/leggi_e_provvedimenti/4/legge-n-47-del-1948-legge-sulla-stampa-/).
- Marotta T. (2011) Corso di redazione editoriale. Capitolo 5. Carattere, interlinea, giustezza, gabbia d'impaginazione (http://apostrophecafe.com/images/stories/redazione/lez.r_5_aLayout_1.pdf).

Redazione Sanità Pubblica Veterinaria SPVet.it. Brainstorming sui giornali murali
(<http://form.jotformeu.com/form/23394729157362>).

Siva Kumar P.S., Trikha R.N. (2002) Manage extension research review, Vol. III n. 1.

Sweden Pakistan Family Welfare Project (1969) Mass communication experiment. Second preliminary report. Selected findings in rural and urban areas. Lahore, Sweden Pakistan Family Welfare Project.

Tanikawa Y., Suzuki H., Kato H. (1999) A synchronous collaborative editing system for learning to write. Proceedings of the 1999 Conference on Computer Support for Collaborative Learning. Stanford, CA, USA.

Viaz'min A.P. (1987) Work experience of the wall newspaper in the medical school. Med-Sestra, 46(11):56-60.

Voce: "Giornali Murali" della Encyclopædia Britannica: wall newspaper
(<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/634717/wall-newspaper>).

Voce: "Manifesto" della Wikipedia (http://it.wikipedia.org/wiki/Manifesto_%28stampato%29).

Voce: "Poster" della Wikipedia (<http://it.wikipedia.org/wiki/Poster>)



"Come potremmo pubblicare": I giornali murali aumentati - "As we may print": The augmented wall newspapers by Raoul Ciappelloni is licensed under a Creative Commons Attribution - Non commerciale 3.0 Italia License. Permissions beyond the scope of this license may be available at <http://indice.spvet.it/adv.html>.

	Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Umbria e delle Marche, Via G. Salvemini 1. 06126, Perugia - Italy
Centralino Istituto	Tel. +39 075 3431 - Fax. +39 075 35047
Biblioteca	Tel. / Fax +39 075 343217 e-mail: bie@izsum.it
Rivista SPVet.it ISSN 1592-1581	Tel. +39 075 343207 e-mail: editoria@izsum.it ; redazione-spvet@izsum.it http://spvet.it ; http://indice.spvet.it
U. R. P.	Tel. +39 075 343223; Fax: +39 075 343289 e-mail: URP@izsum.it