

Come impaginare in formato “libro”

1. Perché è importante “imitare” il libro a stampa quando lo si scrive	pag.	2
2. Le dimensioni del volume e l’impostazione della pagina	»	2
3. Caratteri, corpi (dimensione del carattere) e interlinea	»	3
4. La numerazione delle pagine	»	5
5. Come impostare l’indice	»	5
6. La sillabazione	»	7
7. Il correttore ortografico automatico	»	7
8. Righe bianche e spazi bianchi	»	7
9. Le note	»	8
10. Uso delle maiuscole e delle maiuscole di rispetto	»	9
11. Le parole straniere	»	9
12. Trattino medio <i>versus</i> trattino corto	»	10
13. Le elencazioni in punti	»	10
14. Apostrofi e virgolette	»	10
15. Gli accenti (grave o acuto?)	»	11
16. I decimali: virgola o punto?	»	11
17. Riferimenti bibliografici	»	11
18. Figure, grafici, disegni e fotografie	»	14
19. Tabelle	»	15
20. Formule matematiche	»	16
E alla fine... un controllo in più	»	17
<hr/>		
Schemi grafici per impostare l’impaginazione	»	18

1. Perché è importante “imitare” il libro a stampa quando lo si scrive

I programmi di word processing oggi consentono di “simulare” il libro a stampa. Sono ovvi i vantaggi che può avere l'autore se riesce a sfruttare questa possibilità:

- quanto più ha, mentre scrive, la visione di come si presenterà la pagina una volta stampata, tanto più potrà fin da subito adeguarla al target di lettori a cui intende rivolgersi e all'idealtipo di volume che vuole realizzare;
- potrà utilizzare accorgimenti utili alla redazione del testo: potrà usare il **grassetto** (detto anche “neretto”) o il *corsivo* per evidenziare parole o punti chiave; potrà cambiare corpi e caratteri; potrà visualizzare con grafici schemi e concetti, ecc.;
- ma soprattutto potrà lavorare direttamente su un file che sarà poi quello che verrà usato per la stampa e potrà effettuare modifiche fino all'ultimo.

Qui di seguito, forniamo le istruzioni fondamentali sia per chi deve ancora scrivere e impaginare il proprio lavoro, sia per chi lo ha già scritto ma deve ancora sistemarlo e impaginarlo. Se lo avete già scritto, vi consigliamo di aprire un nuovo file e di copiare ed incollare tutto il testo perché spesso Word mantiene molte delle impostazioni da correggere.

2. Le dimensioni del volume e l'impostazione della pagina

Il formato dei libri e delle riviste della FrancoAngeli, una volta confezionati, è standard: altezza cm 23; larghezza cm 15,5. (Talune collane hanno il formato cm 21x29,7. Questa ipotesi non sarà qui trattata).

L'**impostazione della pagina** sul computer dovrà essere la seguente:

- *margini superiore* cm 5; *inferiore* cm 6,2; *sinistro* cm 4,6; *destra* cm 4,6;
- *intestazione* cm 0;
- *piè di pagina* cm 5,2;
- *rilegatura* cm 0.

È fondamentale però che il computer sia programmato per stampare su **fo-gli di formato A4** (cm 21x29,7). Per selezionare il formato A4, scegliete nel programma Word “File-Imposta pagina-Dimensioni”.

Il testo così impostato risulterà di cm 11,8 di larghezza e 18,5 d'altezza.

Il **numero di pagina** sarà posizionato a cm 0,8 dal piede dell'ultima riga. Per inserire il numero di pagina in Word andare su “Inserisci-Numero di Pagina”. Il numero di pagina dovrà essere impostato, come spieghiamo anche dopo, in Times New Roman, corpo 10 corsivo.

3. Caratteri, corpi (dimensione del carattere) e interlinea

Si suggeriscono i seguenti corpi con le seguenti impostazioni:

- **titolo capitolo:** corpo 14 grassetto (G) Arial – interlinea singola – allineato a sinistra – non far precedere mai dalla parola “capitolo”: non serve!
La distanza tra il titolo, che si sviluppa su una riga, e il testo o il titolo del paragrafo è di 10 spazi in corpo 12. Il numero di spazi sarà ridotto a scalare se il numero delle righe del titolo è superiore o se compare l’autore del capitolo (vedi sotto). In questo modo il testo o il titolo del paragrafo cadrà sempre a circa cm. 6 dal filo in alto della gabbia (in questo senso, è utile servirsi del righello che compare a sinistra della schermata);
- **autori dei singoli capitoli:** corpo 12 corsivo Arial – interlinea singola – allineato a sinistra. Nome e cognome è da posizionare sotto il titolo del capitolo, lasciando una interlinea bianca di separazione dal titolo e facendolo precedere da “di” in minuscolo (es. “*di Giorgio Rossi*”);
- **titoli paragrafi:** corpo 12 grassetto (G) Arial – interlinea singola – allineato a sinistra.
Lasciate 2 righe bianche prima dei titoli di paragrafo e ancora una riga bianca dopo averli digitati. Se il titolo cade a fine pagina spostatelo alla pagina successiva aumentando il numero di righe bianche (di norma una o due sono sufficienti). Oppure (e sarebbe meglio) dategli l’ordine di tenerlo con il paragrafo successivo (“Formato-Paragrafo-Mantieni con il Successivo”);
- **titoli sottoparagrafi:** corpo 12 grassetto e corsivo (G e C) Arial – interlinea singola – allineato a sinistra; per l’impostazione vedi sopra (“titoli paragrafi”);
- **titoli sotto-sottoparagrafi:** corpo 12 corsivo (C) Arial – interlinea singola – allineato a sinistra; per l’impostazione vedi sopra (“titoli paragrafi”);
- **titoli sotto-sotto-sottoparagrafi:** corpo 12 normale Arial – interlinea singola – allineato a sinistra; per l’impostazione vedi sopra (“titoli paragrafi”);
- **testo:**
 - **fino a 144-160 pagine a stampa:** se il volume non supera le 144-160 pagine a stampa può essere impostato in corpo 12 Times New Roman

con interlinea singola;

- **da 144-160 pagine a stampa:** corpo 11 Times New Roman con interlinea 13. Eventualmente, per recuperare pagine, è possibile impostarlo con interlinea singola.

Utilizzate il corpo 10 Times New Roman solo per volumi di oltre 400-500 pagine (con interlinea 12) e anche in questo caso in via eccezionale.

Attenzione: il testo va giustificato e la prima riga di ogni capoverso deve rientrare di 5 mm (il rientro è regolato in Word con i comandi “Formato-Paragrafo-Speciale-Prima riga-Rientra di”);

- **citazioni:** se fatte come blocco a sé stante rispetto al testo, impostatele in corpo 10 Times New Roman con interlinea 12, lasciando 1 riga bianca prima dell’inizio della citazione e 1 riga bianca alla fine, senza virgolette di apertura e chiusura. Se inserite nel testo, lasciatele in corpo 11 mettendole tra virgolette a caporale (es. «....») (le virgolette a caporale si trovano in “Inserisci Simbolo”).

Attenzione: se la citazione inizia con la lettera maiuscola va giustificata e la prima riga del capoverso rientra di 5 mm; se inizia con la lettera minuscola va giustificata ma la prima riga resta a filo sinistra della gabbia;

- **note a piè pagina:** corpo 9 Times New Roman, interlinea singola. *Attenzione:* anche le note vanno giustificate e la prima riga di ogni capoverso deve rientrare di 5 mm;

- **tabelle, letterizzazione figure:** di norma in corpo 9 Arial, interlinea singola. Nei grafici può essere utilizzato anche un corpo maggiore o minore quando si vogliono evidenziare singole parole o quando è necessario per stare nella larghezza della pagina.

Lasciate una riga bianca sia prima della tabella o della figura sia alla fine;

- **didascalie delle figure e delle tabelle:** in corpo 9 Arial corsivo, interlinea singola, giustificate. *Attenzione:* la didascalia della figura va sotto la figura stessa, mentre la didascalia della tabella va sopra la tabella;
- **frasi in evidenza** (riquadrate o meno): possono essere composte nel corpo e interlinea usati nel testo, in corsivo o grassetto, a seconda dell’evidenza che si vuole dare loro. Possono essere anche riquadrate con fondo grigio chiaro. *Attenzione:* anche le frasi in evidenza vanno giustificate e la prima riga di ogni capoverso deve rientrare di 5 mm;
- **appendici, glossario, bibliografia:** di norma corpo 10 Times New Roman, con interlinea 12. Il corpo 9 è, di massima, non consigliabile, a meno che si

tratti di testi di mera consultazione di una certa lunghezza e si voglia contenere il numero di pagine. Viene invece usato per la bibliografia. Le appendici e il glossario vanno impostati giustificati e la prima riga di ogni capoverso deve rientrare di 5 mm. La bibliografia va impostata giustificata, ma con la prima riga a filo sinistra della gabbia e le successive rientrate di 5 mm;

- **numero pagina:** centrato in basso nella pagina in corpo 10 corsivo.

Una pagina in Times New Roman contiene:

- in corpo 11 interlinea singola: circa 2730 caratteri (spazi inclusi);
- in corpo 11 interlinea 13: circa 2650 caratteri (spazi inclusi);
- in corpo 12 interlinea singola: circa 2325 caratteri (spazi inclusi);

4. La numerazione delle pagine

Le prime 4 pagine del libro saranno gestite direttamente dalla redazione: nella pagina 1 viene in genere riportata la presentazione della collana, la pagina 2 è di norma bianca, la pagina 3 corrisponde al frontespizio e nella pagina 4 compare il copyright.

La prima pagina che dovrete numerare, quindi, sarà la 5, e via a seguire con questo criterio:

- indice: a pagina 5 e seguenti;
- presentazione, premessa, introduzione: devono cadere a pagina dispari (lasciate quindi una pagina bianca ove necessario);
- titoli delle parti: devono cadere a pagina dispari
- primo capitolo (o primo capitolo all'interno di una parte): deve cadere a pagina dispari;
- capitoli successivi: come capita, sia a pagina pari che a pagina dispari;
- conclusioni: devono cadere a pagina dispari;
- bibliografia: deve cadere a pagina dispari.

5. Come impostare l'indice

Se siete abituati a lavorare con gli stili di word, potete usarli per comporre più rapidamente l'indice. Altrimenti, si suggerisce di impostare l'indice servendosi di una tabella da tenere in trasparenza (vedi fac-simile di indice nella pagina successiva – i filetti neri andranno eliminati!).

Indice

Premessa , di <i>Giorgio Rossi</i>	pag.	9
Parte I – Le origini		
1. In America. Origini e sviluppo di una dottrina	»	13
1. Il problema del controllo sociale dell'economia	»	13
2. Il potere e la responsabilità: perdita e ricostruzione di un orizzonte di senso	»	30
3. Forma e contenuto: definizioni di responsabilità sociale d'impresa	»	61
2. Sistemazioni scientifiche. RSI come paradigma analitico	»	71
1. Visioni binarie: la prima letteratura <i>Business & Society</i>	»	71
2. Visioni multidimensionali: la seconda letteratura <i>Bu-siness & Society</i>	»	84
3. Visioni critiche: la letteratura sociologica	»	98
Parte II – Il dibattito		
1. Note italiane. Diario di un dibattito implicito	»	109
1. Introduzione	»	109
2. Prospettive economiche	»	111
3. Prospettive sociologiche	»	133
4. Note per una sintesi transdisciplinare e un piano di ricerca	»	162
Conclusioni	»	167
Riferimenti bibliografici	»	173

6. La sillabazione

Inserite sempre la **sillabazione automatica** del testo (in Word “Strumenti-Lingua-Sillabazione-Sillaba Automaticamente Documento”).

Fate attenzione:

- ◆ **parole straniere:** la sillabazione può essere sbagliata;
- ◆ **parole con apostrofo** (es. l'organizzazione) **o tra virgolette:** la sillabazione automatica può non essere effettuata quando sono all'inizio della riga successiva. È fondamentale in questi casi che **interveniate manualmente** per non lasciare tutti quegli spazi bianchi imposti dal programma.

Per effettuare la sillabazione manualmente, posizionatevi con il cursore là dove la parola deve essere spezzata e digitate contemporaneamente tasto “Control” seguito da tasto “Trattino”. Non inserite mai il “Trattino” da solo: ad ogni minimo spostamento successivo, rischiate di ritrovarvelo seminato nel testo.

7. Il correttore ortografico automatico

Si consiglia di **disattivare** il correttore ortografico automatico. Rischiate infatti che vengano corretti cognomi senza che ve ne accorgiate (ad es. “Mondadori” diventa “Montatori”). Se potete, invece, una volta terminato il testo, ripassate tutto il testo con il programma di correzione.

8. Righe bianche e spazi bianchi

Righe bianche tra un periodo e l'altro: non lasciate mai una riga bianca tra un capoverso e l'altro, salvo quando volete staccare una parte del testo da quello che la precede.

Righe vedove e righe orfane: sono così dette la prima riga o l'ultima di un capoverso quando (nel primo caso) rimangono sole alla fine di una pagina o (secondo caso) sole all'inizio di una nuova pagina.

I programmi provvedono di norma automaticamente alla correzione di questa anomalia. Si consiglia però di eliminare tale impostazione automatica (in Word “Formato-Paragrafo-Distribuzione Testo-Controlla Righe Isolate”: togliere la “pipetta”) e, invece, di **intervenire manualmente** digitando opportunamente (di norma una volta) il tasto di return per allungare di una riga il testo o eliminando un a capo per ridurlo. Solo in questo modo eviterete di lasciare righe bianche a fine pagina.

Spazi bianchi all’inizio della pagina: eliminateli assolutamente sempre.

Spazi tra le parole: lasciate sempre 1 solo spazio bianco tra una parola e l’altra. Per sicurezza, vi consigliamo di fare una ricerca automatica (cercate “due spazi bianchi” e sostituiteli con “uno spazio bianco”) tante volte quante saranno necessarie per arrivare ad ottenere come risultato di ricerca “0”.

Spazi prima e dopo la punteggiatura: lasciate sempre uno spazio dopo (e non prima) un segno di punteggiatura (ad esempio, lasciate sempre uno spazio dopo la virgola o il punto, e mai prima). Non lasciate mai uno spazio dopo l’apostrofo.

9. Le note

Di norma, le note vanno a fondo pagina. *Attenzione:* non inserite le note manualmente, ma inseritele con il programma in uso (in Word: “Inserisci-Note a pié di pagina”) in modo che il programma le numeri progressivamente in automatico.

La numerazione delle note ricomincerà da 1 ad ogni nuovo capitolo. Per ottenere che la numerazione ricominci, inserite l’ordine di interruzione di sezione prima di ogni capitolo e impostate le note in modo tale che la numerazione ricominci da 1 per ogni sezione su tutto il documento.

Il numero di riferimento della nota andrà nel testo in apice, in corpo 8, senza parentesi, e prima della punteggiatura.

Il testo della nota andrà in corpo 9, con interlinea singola.

Il numero di riferimento in nota dovrebbe automaticamente risultare in corpo 8 ad apice. Il testo della nota andrà a seguire.

Attenzione: eliminate il filetto di separazione testo/note.

Attenzione: non lasciate mai una riga bianca di spazio tra una nota e l’altra. Disattivate il controllo delle righe isolate anche nelle note.

Attenzione: esistono due tipi di note: quelle bibliografiche e quelle di approfondimento. Quelle bibliografiche riportano gli estremi bibliografici dell’autore citato. Se decidete di usare questo tipo di note, non riportate allora gli estremi bibliografici anche nel testo (vedi par. 17) ma solo nelle note. E viceversa.

10. Uso delle maiuscole e delle maiuscole di rispetto

Non scrivete i **titoli** dei capitoli o dei paragrafi in maiuscolo.

Non scrivete se non eccezionalmente in maiuscolo **parole nel testo**: salvo vogliate evidenziarle in casi isolati per una ragione particolare, lo stesso risultato può essere ottenuto con il grassetto o il corsivo.

Evitate il più possibile le maiuscole di rispetto. L'impiego dell'iniziale maiuscola è origine di errori (lo stesso termine può essere digitato sia con l'iniziale maiuscola che con quella minuscola e l'incongruenza facilmente sfugge).

Mettete, quindi, preferibilmente, sempre in minuscolo l'iniziale delle **parole comuni** (es. risorse umane, direzione, azienda), e **lasciate le maiuscole** solo per Paese, Repubblica (quando si riferisce alla Repubblica italiana), i nomi di uffici e reparti specifici (es. Direzione amministrativa, Ufficio spedizioni, Direzione del personale, ecc.), i termini comuni facenti parte di un nome proprio (es. Banca di Napoli), Stato. Limitate preferibilmente l'uso dell'iniziale maiuscola a quando volete evidenziare in modo particolare e giustificato il termine (es.: la Verità).

- **Qualifiche/titoli:** sempre in minuscolo (es. dottore, presidente e non Dottore, Presidente).
- **Nomi di discipline:** sempre in minuscolo (es. la filosofia e non la Filosofia).
- **Sigle di aziende o Stati:** sempre non puntate quando la sigla è formata da solo una lettera seguita dal punto (es. non F.I.A.T: ma Fiat, non U.S.A. ma Usa). Lasciate il punto quando segue più lettere (es. Co.Re.Co). Lasciate maiuscole le sigle di due lettere (es. IT, UK); fate con la prima lettera maiuscola e le successive minuscole quelle di 3 o più lettere.
- **Sigle di programmi:** fatele in maiuscolo o in maiuscoletto: es. IHIRMS o IHIRMS.
- **Sigle in psicologia:** normalmente lasciatele in maiuscolo (es. DSM);
- **Sigle della forma sociale:** quando seguono il nome proprio fatele minuscole puntate (s.p.a., s.r.l., ecc.). Idem fate minuscole puntate le sigle dei diversi tipi di **legge e circolari** (es. d.p.r., d.lgs., d.m., c.m., d.lgt., ecc.); lasciate invece maiuscola "L." per legge.

In ogni caso, è regola fondamentale che **ci sia un criterio uniforme in tutto il testo.**

11. Le parole straniere

Vanno digitate in corsivo solo se sono parole che hanno un corrispettivo

esatto in italiano. In tal caso rispetteranno le regole grammaticali della lingua d'origine.

I termini “tecnici” d'uso corrente tra i lettori a cui il testo è destinato (o che devono diventarlo) vanno invece in tondo *e rimangono invariati al plurale*. Es. trade-off, public company, off-shore, dumping, software, leader, learning organization, stakeholder, empowerment, feedback, ecc. vanno in tondo in volumi per economisti, sociologi, manager.

12. Trattino medio *versus* trattino corto

Trattino medio (-): se in un periodo inserite un inciso, ricordate che devono essere usate le lineette di lunghezza media (-) sia in apertura che in chiusura (le trovate in “Inserisci-Simbolo”).

Trattino breve (-): le lineette brevi (-) vanno impiegate solo per congiungere due parole.

13. Le elencazioni in punti

Gli elenchi possono essere retti da numeri, lettere o simboli grafici (•, ◆, ❖, ecc.).

La prima riga di ogni punto dell'elenco sarà allineata a filo gabbia sinistra della gabbia, mentre le righe successive saranno rientrate di cm 0,5 o cm 1, in modo tale che le prime lettere di ogni riga risultino tra loro allineate.

Attenzione: se l'elencazione è preceduta da una frase che finisce con due punti, mettete in minuscolo la prima parola di ogni punto (se non è un nome proprio) e mettete il punto e virgola dopo l'ultima parola di ogni singolo punto. Quando invece la frase che precede l'elencazione finisce con il punto, mettete in maiuscolo l'iniziale della prima parola e mettere il punto dopo l'ultima parola.

14. Apostrofi e virgolette

Di norma gli articoli la, lo, una, della, dello **vanno apostrofati** quando la parola che segue inizia con una vocale es. “un'aquila”. Mettere l'apostrofo a “di” solo quando è seguito da una parola che inizia con la “i”. “Qual è” deve essere sempre senza apostrofo. Non spaziare dopo l'apostrofo.

Usate le **virgolette inglesi** (“ ”) se volete “evidenziare” una parola; usate

invece le **virgolette «a caporale»** (« ») per aprire e chiudere le citazioni nel testo. Quando nell'interno di una citazione contrassegnata da virgolette a caporale viene riportata una seconda citazione, indicatela con le virgolette inglesi.

Attenzione: usate sempre l'apostrofo con le grazie (') e non quello dritto ('). Ugualmente, usate sempre le virgolette inglesi con le grazie (" ") e non quelle dritte (").

15. Gli accenti (grave o acuto?)

Con accento acuto: fate attenzione a poiché, perché, sé, nonché, affinché... devono avere sempre l'accento acuto.

Con accento grave: fate attenzione alla voce del verbo essere che ha sempre l'accento grave sia in minuscolo (è) sia in maiuscolo (È). In maiuscolo non digitatela mai con l'apostrofo (E'), ma usate il simbolo corretto (È).

Si consiglia di effettuare, a fine lavoro, un controllo automatico.

16. I decimali: virgola o punto?

Sarebbe più elegante usare per i decimali la virgola, rispettando così la regola dell'italiano. Se però il lavoro è già stato impostato tutto con il punto, controllare almeno che sia stato usato uniformemente.

17. Riferimenti bibliografici

I **riferimenti bibliografici** inseriti direttamente **nel testo** devono essere riportati col cognome dell'autore seguito da uno spazio e dall'anno della prima pubblicazione in lingua originale tra parentesi tonde – “Freud (1899) disse che...” – oppure col cognome dell'autore tra parentesi seguito da una virgola, spazio e anno – (Freud, 1899).

Se si vuole indicare la pagina, questa va indicata in parentesi nel testo preceduta da “p.” dopo l'anno seguito da una virgola, e non nella bibliografia alla fine dell'articolo. Se la pagina si riferisce all'edizione originale e non alla traduzione italiana eventualmente indicata nella bibliografia finale, allora si deve aggiungere “ed. orig.” (Loewald, 1980, p. 56 ed. orig.); se nella bibliografia finale sono indicate più traduzioni, allora si deve specificare l'anno della traduzione a cui si fa riferimento (Loewald, 1960, p. 97 trad. it. 1994).

Se vi sono diverse pubblicazioni dello stesso autore nello stesso anno, si fa seguire l'anno da lettere minuscole dell'alfabeto in progressione. Se vi sono tra parentesi più riferimenti dello stesso autore con indicato il numero delle pagine, le virgole serviranno a separare un riferimento dall'altro e non l'anno dalle rispettive pagine; il punto e virgola è preferibile usarlo per separare autori diversi, sempre all'interno della stessa parentesi.

Se gli autori sono due, devono essere scritti entrambi e collegati da "e", che può essere usata anche per collegare gli ultimi due autori se sono tre. Se gli autori sono più di tre, si scrive il cognome del primo autore seguito da *et al.* (in corsivo dal latino *et alii*). Esempi possibili sono i seguenti:

- Freud (1899) disse che...
- Secondo la teoria del sogno (Freud, 1899)...
- I principi della terapia cognitiva (Beck *et al.*, 1979) affermano che...
- Kernberg (1981, p. 35) testualmente dice che...
- Eissler (1953) scrisse che «ogni introduzione di un parametro comporta il rischio che venga temporaneamente eliminata una resistenza senza che sia stata adeguatamente analizzata» (p. 65).

I **riferimenti bibliografici a fine testo** devono essere elencati senza numerazione, in ordine alfabetico secondo il cognome dell'autore e, per ciascun autore, nell'ordine cronologico di pubblicazione delle opere (per opere dello stesso autore pubblicate nello stesso anno, si usino le indicazioni a, b, c accanto all'anno di pubblicazione).

Nel caso di cognomi analoghi (ad esempio Melanie Klein e George S. Klein), secondo l'iniziale del nome di battesimo; se vi sono cognomi e iniziali di nomi di battesimo uguali, i nomi di battesimo vanno scritti per esteso (e possibilmente non si deve scordare, per maggiore chiarezza, la *middle initial* – a maggior ragione, questa regola va tenuta presente nel testo, soprattutto se vi sono autori che hanno uguale anche l'iniziale del nome di battesimo, ad esempio Daniel N. Stern e Donnel B. Stern).

L'anno va tra parentesi subito dopo il cognome e l'iniziale del nome dell'autore, seguiti da un punto, così: "Freud S. (1910)". Se l'autore ha due nomi propri (cioè se vi è anche una *middle initial*), così come è consuetudine nei paesi anglosassoni, si devono scrivere le due iniziali non separate da uno spazio (ad esempio: Bianchi G.A., Rossi P.F., Kernberg O.F., ecc.).

Nel caso di lavori di più autori, devono essere riportati i cognomi di tutti. Nel caso di un lavoro curato da autore/i, va riportato il nome del curatore/i seguito dalla dizione "a cura di" per le edizioni in lingua italiana e la dizione "eds." o "ed." per quelle in lingua straniera.

Se l'anno di pubblicazione è diverso da quello originale, va messo dopo il nome della casa editrice preceduto da una virgola, altrimenti è sufficiente l'anno tra parentesi all'inizio della voce bibliografica dopo il nome dell'autore.

I riferimenti bibliografici vanno quindi redatti secondo le regole desumibili dai seguenti esempi:

Volume:

Beck A.T., Rush A.J., Shaw B.F. and Emery G. (1979), *Cognitive Therapy of Depression*, Guilford Press, New York (trad. it.: *Terapia cognitiva della depressione*, Borlinghieri, Torino, 1987).

Curatela, un autore:

Merini A., a cura di (1977), *Psichiatria nel territorio*, Feltrinelli, Milano.

Curatela, più autori:

Boltanski L., Claverie E., Offenstadt N. and Van Damme S., eds. (2007), *Affaires, scandales et grandes causes. De Socrate à Pinochet*, Stock, Paris.

Saggio da curatela:

Liotti G. (1985), *Un modello cognitivo-comportamentale dell'agorafobia*, in Guidano V.F. e Reda M.A., a cura di, *Cognitivismo e psicoterapia*, FrancoAngeli, Milano.

Beebe B. (1983), *Mother-infant mutual influence and precursors of self and object representation*, in Masling J., ed., *Empirical Studies of Psychoanalytic Theories*. Vol. 2, Analytic Press, Hillsdale, NJ.

Saggio da rivista:

Minguzzi G.F. (1986), "È possibile valutare i risultati della psicoterapia?", *Giornale Italiano di Psicologia*, 13, 1: 7-13.

Testo non pubblicato:

Benedetti G. (1988), "Intervento nel dibattito sulla relazione di John Gunderson al Convegno Internazionale *New Trends in Schizophrenia*", Bologna, 14-17 aprile (incisione su nastro).

Volume o articolo da sito Internet:

Si seguono le stesse indicazioni come nel caso di volumi e articoli stampati, con l'aggiunta di: testo disponibile al sito: <http://www...> e la data di consultazione

In tutti questi casi si rammenti: di fare attenzione, se possibile, alle norme che regolano l'uso delle maiuscole nei titoli delle opere in inglese. Ad es. i titoli in inglese avranno le iniziali in maiuscolo di tutte le parole, eccezion fatta per **a**, **an**, **the**, e le congiunzioni e preposizioni fino a quattro lettere.

18. Figure, grafici, disegni e fotografie

Tutte le figure devono essere numerate, in modo progressivo iniziando da 1 per ogni capitolo.

Sia nel testo sia nella didascalia di solito si utilizza l'abbreviazione "fig.". (Esempio didascalia: *Fig. 1 - Didascalia figura*). Ricordatevi che la didascalia della figura va sotto la figura stessa.

Tutte le figure verranno stampate in bianco e nero (salvo diversi accordi con la redazione). Non usate quindi il colore per creare nuove figure. Se dovete usare immagini a colori salvatele con la scala di grigi.

Se utilizzate figure (disegni, rendering, ecc.) che sono stati acquisiti con scanner o creati già in formato digitale JPG o TIF, prima di inserirle nell'impaginato di word verificate che abbiano una risoluzione di 300 dpi.

Attenzione: la riproduzione delle immagini deve essere autorizzata da chi ne possiede i diritti (fotografi, musei, archivi, ecc.). Le immagini scaricate da internet non sono da considerarsi libere da copyright. E ricordatevi che la risoluzione con cui sono salvate non ne consentirebbe comunque la riproduzione.

Attenzione: l'immagine non deve superare in altezza i cm 18,5 e in larghezza i cm 11,8 (salvo diverso accorda con la redazione). Se l'immagine è più stretta della riga, centratela.

18.1. Grafici

Per creare un nuovo grafico: “Inserisci-Immagine-Grafico”.

Per modificare un grafico esistente in Word: per modificare le dimensioni, la posizione e la disposizione del testo rispetto al grafico, fate clic con il tasto destro del mouse sul grafico e quindi scegliete il comando che vi serve.

18.2. Disegni

Per inserire un nuovo disegno, dal menu “Inserisci” scegliete “Oggetto”, e quindi clickate sulla scheda “Crea nuovo oggetto”. Nella casella di gruppo “Tipo oggetto”, fate doppio click su “Immagine di Microsoft Word”.

Utilizzando la barra degli strumenti “Disegno” (“Visualizza-Barre degli strumenti-Disegno”), è possibile inserire, disegnare e formattare qualunque tipo di oggetto.

- Per aggiungere testo a un oggetto di disegno, conviene utilizzare una “Casella di testo”, che permette di inserire il testo in qualunque punto della pagina.
- Utilizzando lo strumento “Forme” sono disponibili diverse categorie di forme geometriche (linee, frecce, stelle, diagrammi di flusso, intestazioni e call out).
- Quando un disegno è composto da più oggetti, forme e caselle di testo conviene raggrupparlo: dal menu “Disegno” selezionare il comando “**Raggruppa**”: in questo modo verrà trattato come se fosse un unico elemento. Nel momento in cui fosse necessario intervenire sui singoli elementi si può scegliere il comando opposto “Separa”.
- È possibile anche disegnare a mano libera: attraverso il comando “Figura a

mano libera” per disegnare un oggetto con segmenti retti o curvi. Se si desidera che un oggetto di disegno sembri disegnato a penna, è consigliabile utilizzare lo strumento “Figura a mano libera”. Se invece si desidera ottenere una forma più raffinata e complessa, è consigliabile utilizzare lo strumento “Disegno a mano libera”. Se si desidera tracciare curve con maggiore precisione e accuratezza, è consigliabile utilizzare lo strumento “Curva”. Per modificare la forma di una curva o di un disegno a mano libera spostando, eliminando e aggiungendo vertici, scegliere “Modifica punti”. È possibile perfezionare l’aspetto dei disegni a mano libera e delle curve esattamente come avviene per le altre forme. È possibile, ad esempio, aggiungere colori e motivi, modificare lo stile della linea, capovolgere o ruotare i disegni e le curve. Non è tuttavia possibile aggiungere testo o convertire un disegno a mano libera o una curva in un’altra forma.

- È possibile inserire un effetto di riempimento (meglio se grigio chiaro). Usate però sempre il colore nero per le linee degli elementi. Al termine, fate clic su “Chiudi immagine” sulla barra degli strumenti “Modifica immagine”.

19. Tabelle

Tutte le tabelle devono essere numerate in modo progressivo iniziando da uno per ogni capitolo.

Sia nel testo sia nella didascalia di solito si utilizza l’abbreviazione “tab.”. (Esempio didascalia: *Tab. 1 - Didascalia tabella*). Ricordatevi che la didascalia della tabella va sopra la tabella stessa

Le tabelle devono rispettare la giustezza della gabbia di testo e avere quindi una larghezza massima di 11,8 cm. Per impostare le tabelle in modo automatico, in Word dal menu “Tabella” scegliete “Inserisci tabella”, specificare il numero di righe e colonne, larghezza colonne “auto”. Per adattare una tabella già esistente alla pagina, utilizzate il comando di Word “Adatta alla pagina”.

- **Carattere testo:** si può utilizzare Arial o Helvetica, corpo 8-9.
- **Bordi:** dal menu “Formato” scegliere il comando “Bordi e sfondo”. È sufficiente lasciare solo i bordi di apertura e chiusura della testatina e il bordo di chiusura in fondo alla tabella.
- **Sfondo:** è meglio evitare di inserire sfondi di qualunque colore all’interno di tabelle o di parti di esse in quanto ne peggiorano notevolmente la leggibilità. Se necessario, usare solo i toni di grigio chiaro.
- **Rimuovere bordi e sfondi:** una volta selezionata la parte di tabella da cui si desidera rimuovere bordi e/o sfondo, dal menu “Formato” scegliete il comando “Bordi e sfondo” e selezionate “Bordi: nessuno”, “Sfondo:

- nessuno”.
- **Testatina:** meglio impostare il font in corsivo. Ricordatevi di lasciare il bordo superiore e inferiore.
 - I numeri in colonna vanno allineati.

Tab. 1 - La popolazione del Vietnam: totale e divisa per sesso (in milioni)

Anno	Popolazione	Maschi	Femmine
1975	48,0		
1976		23,6	25,6
1980	53,6	26,0	27,6
1985	59,8	29,3	30,6
1990	65,8	32,1	33,7
1995	71,4	34,8	36,6
1999	76,3	37,5	38,8

Fonte: General Statistical Office, *Statistical Yearbook*, New York, 2000, p. 347.

20. Formule matematiche

Per creare o modificare le equazioni è necessario avere un programma di Equation Editor.

E alla fine ... un controllo un più

Una volta finito il lavoro di digitazione e prima di iniziare l'impaginazione, si consiglia di passare il correttore ortografico e di effettuare queste ricerche automatiche.

sostituisci	specifiche	Sostituisci con
doppio spazio		spazio singolo
é	Solo parole intere	è
E'	Solo parole intere	È
chè (va così a trovare tutti i perchè, poichè, sicchè ecc.)		ché
sè		sé
sé stesso		se stesso
qual'è		qual è
l'spazio		l' (senza spazio)
'		'
”		”
spazio,		, (senza spazio)
spazio.		. (senza spazio)
spazio;		; (senza spazio)
spazio:		: (senza spazio)
spazio!		! (senza spazio)
spazio?		? (senza spazio)
spazio)) (senza spazio)
(spazio		((senza spazio)
spazio-spazio		spazio–spazio
etc.		ecc.
spazio...		... (senza spazio)

Indice

	Presentazione , di <i>Giovanni Delli Zotti</i>		pag. 9
	Saggio introduttivo , di <i>Gabriele Blasutig</i>		» 11
	Introduzione		» 15
		Parte I	
		Dai materiali alle idee	
	1. Architettura industriale: paesaggi in movimento		» 23
	1. L'intervallo perduto		» 23
	1.1. Dalla fabbrica al media		» 26
	1.2. Fabbriche dell'ingegno		» 41
	1.3. Design della convergenza hub		» 48
	1.4. La fabbrica vaporizzata		» 55
	2. Nuovi scenari per l'ambiente ufficio		» 59
	1. Il modello della transazione: l'alveare		» 62
	2. Il modello dell'esperto: la cella		» 64
	3. Il modello dell'integrazione: la tana		» 67
	4. Il modello della collaborazione: il club		» 71
	5. Quel che resta del lavoro d'ufficio		» 74

I testi indicati sono da comporre in Arial, corpo 12, grassetto, allineato a sinistra

Il nome dell'Autore del singolo capitolo è preceduto da "di" in Times New Roman, corpo 12, tondo

I nomi degli Autori dei singoli capitoli in Times New Roman, corpo 12, corsivo chiaro

Le indicazione della suddivisione in Parti: in Arial, corpo 12, grassetto, centrato

L'indicazione "pag." solo per la prima riga; per le righe sottostanti inserire virgolette a caporale

L'indicazione dei paragrafi: in Times New Roman, nel corpo del testo, allineamento a sinistra, rientro rispetto al titolo di capitolo

Sotto-paragrafi rientrati rispetto al paragrafo; numerazione progressiva

1. La rivoluzione interpersonale

La distanza tra titolo di capitolo e attacco testo: 10 spazi in corpo 12

La gabbia di testo, una volta impostati i margini, risulta di: cm. 11,8 di larghezza e cm. 18,5 di altezza

1. Nuovi modi di stare in relazione

Nel passato anche recente la vita di relazione era tutt'altro che dinamica e libera e si svolgeva anzi con grande lentezza, seguendo regole e schemi rigidi, cui dovevano conformarsi tutti i membri di una data comunità. Ci si dava del lei o del tu, ma con un certo rispetto, e si mantenevano le distanze: moglie, tra madre e figli, tra amici: il ruolo e la posizione erano reponderanti sull'identità personale; importava molto più *cosa eri* – un nobile, un borghese o un contadino; un padre o un figlio; un dipendente o un padrone; un docente o un discente – che *chi eri*. L'autorità prevaleva sulla libertà, il controllo sulla spontaneità, la formalità sulla creatività.

La distanza tra paragrafo e attacco testo, 1 riga bianca

Inoltre per la stragrande maggioranza delle persone il mondo iniziava e finiva nel raggio di pochi chilometri dal luogo in cui vivevano, e tutto ciò che si trovava oltre era completamente ignoto e spesso temuto. Si nasceva e si moriva all'interno di sistemi socioculturali chiusi, in cui le idee, i valori, le credenze si tramandavano immutate per secoli, e neppure si sospettava esistessero altri "mondi", altre mentalità, altri modi di concepire la realtà o di vivere le relazioni, e il raro contatto con culture "altre" era per lo più contrassegnato da paura, rifiuto e ostilità. Il forestiero, lo straniero, lo straniero o erano guardati con timore e sospetto; le divinità, le divinità o comportamenti, nella religione – non erano affatto tollerati, anzi erano fonte di scherno, di scontro o perfino di guerra. Si pensi alla persecuzione degli eretici – la cui unica colpa era di differenziarsi per alcuni aspetti dalla dottrina ufficiale¹ – o alle guerre di religione, prima tra pagani e cristiani, poi tra cristiani e musulmani e infine tra cattolici e protestanti.

Il numero di pagina è a cm. 0,8 dal piede della gabbia

Il numero di pagina è in Times New Roman, corpo 10, corsivo chiaro, centrato

¹ Il termine "eretico", derivato dal greco antico, significa alla lettera "colui che sceglie da solo".

→ 1. Il reloading del testimonial in Italia

di *Patrizia Musso e Deborah Baldassarre**

I nomi degli autori in Arial, corsivo chiaro.
NB. "di" ed "e" in tondo

Il titolo del capitolo in Arial, corpo 14,
grassetto, allineato a sinistra

→ 1. Premessa

La comunicazione pubblicitaria italiana si assesta oggi su due poli all'apparenza inconciliabili fra loro.

Da un lato, la figura del testimonial, il personaggio famoso che contraddistingue la pubblicità nostrana da sempre, fin dal suo esordio. Dai primi caroselli in poi è tutto un susseguirsi di testimonial, separati dall'altro come lo sport e la moda. Ogni prodotto, servizio o non poter sopravvivere nella promozione pubblicitaria è accompagnata da un personaggio famoso. Un elemento che continua a dividere esperti e addetti ai lavori, ma che immancabilmente appare, sotto varie forme, nella nostra comunicazione promozionale. Una presenza che mette in luce non solo un tratto portante della cultura comunicativa italiana ma anche la centralità costante del mezzo televisivo rispetto ad altri sistemi di distribuzione dei contenuti pubblicitari.

Dall'altro lato, i nuovi media, oggettivamente sempre più presenti: dall'oramai quasi veterano Internet alle nuove forme di social networking, Facebook e YouTube in primis. Si iniziano a intravedere nuovi margini di mercato con la comunicazione digitale, che interessano sempre più i ma-

Numerazione araba per capitoli, paragrafi e sotto-paragrafi.
Il numero è seguito dal punto.
Poi uno spazio e poi il titolo del capitolo

Il titolo di paragrafo in Arial, corpo 12, grassetto,
allineato a sinistra

* La Premessa di questo capitolo è a cura di Patrizia Musso e Deborah Baldassarre; Patrizia Musso ha poi scritto il paragrafo 2 (e relativi sottoparagrafi) e il paragrafo 3, mentre Deborah Baldassarre è autrice dell'intero paragrafo 4 (con Approfondimento e relativo sottoparagrafo 4.1.). Al capitolo 1 hanno collaborato altresì Alessandro Aquilio (Autore dei casi Vodafone Italia, Lagostina, Dior) e Rebecca Rabozzi (Autrice del caso Citroën).

¹ Per una classificazione tipologica sulla poliedrica figura del testimonial si vedano le proposte elaborate da P. Musso, *I nuovi territori della marca*, FrancoAngeli, Milano, 2005 (2ª edizione 2009); A. Aquilio, *Parola di testimonial*, Lupetti, Milano, 2008; P. Righetti, *La gazza ladra*, Lupetti, Milano, 2003; infine, lo storico volume di K. Ferri, *Spot babilonia*, Lupetti, Milano, 1988.

IMPOSTAZIONE DELLE TABELLE

altri? [...] Trovate voi stessi e quando avrete trovato voi stessi, troverete le risposte di cui avrete bisogno¹.

In una prospettiva veramente democratica il potere non va dunque legato a schemi di autorità e comando fini a se stessi ma volti al bene comune, superando l'egoismo e l'interesse personale, specie quando questo va contro a quello collettivo. Riconoscere all'altro la sua integrità è l'unico modo per evitare di imporgli il potere; al contempo è opportuno porsi come un catalizzatore di risorse più che un direttore di subordinati: solo così è possibile esercitare una leadership senza conflitti. Per conseguire una tale meta è indispensabile una approfondita formazione che punti a sviluppare la consapevolezza di sé e dell'altro e l'apprendimento di appropriati strumenti di gestione dei processi comunicativo-relazionali di gruppo.

Concludiamo questa breve premessa riassumendo la tabella, tratta da

Per la didascalia si utilizza l'abbreviazione "Tab"

La didascalia della tabella in Arial, corpo 9, corsivo

Tab. 1 – Le differenze tra vecchio e nuovo paradigma

Vecchio paradigma	Nuovo paradigma
1. Potere = forza coercitiva	1. Potere = espressione di consapevolezza
2. Manipolare	2. Dare attenzione
3. Aggredire	3. Condividere
4. Imporre	4. Aiutare a far emergere
5. Esibire	5. Stimolare
6. Difendere	6. Invitare
7. Persuadere	7. Offrire
8. Non rispettare	8. Rispettare

Fonte: Nannelli (1996)

Utilizzo di un lettering in Arial o Helvetica, corpi 8/9

Evitare di inserire bordi e sfondi

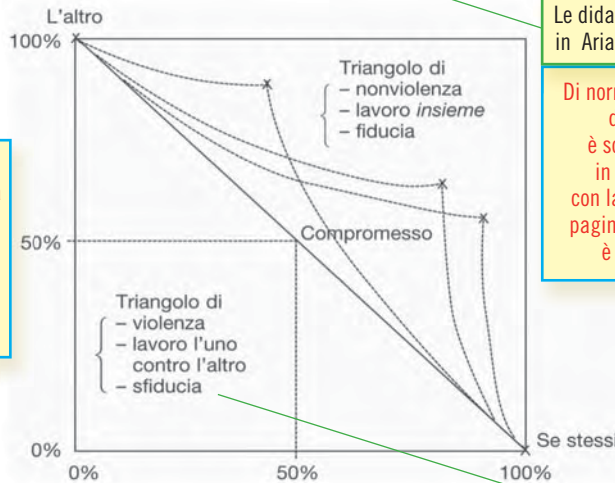
Per la testatina meglio impostare un font in corsivo

¹ Tratto da *Il giornale della Natura*, n. 43, anno IV, 1995, trad. it. di A. Levati e H. Tomkins.

IMPOSTAZIONE DELLE FIGURE

Per la didascalia si utilizza l'abbreviazione "Fig."

Fig. 1 – I triangoli di violenza e non violenza



La numerazione delle Figure è distinta dalla numerazione delle Tabelle. La numerazione inizia da 1 per ogni capitolo

Fonte: Patfoort (1992)

Il lettering delle figure in Arial corpo 9, interlinea singola

Dobbiamo prendere coscienza che gran parte dei nostri obiettivi – come individui, come gruppi e come popoli – non sono affatto antagonisti a quelli altrui ma possono anzi realizzarsi di più e meglio se collaboriamo. **Esempio di indicazione della Fonte** mma zero comportano una competizione esasperata che spesso si trasforma in violenza e in molti casi rischia di trasformare il conflitto in un gioco a somma addirittura negativa, dove cioè perdono entrambi: si pensi per esempio ai rischi di una guerra nucleare che porti alla distruzione dell'intero pianeta, dove non avrebbe più nessuna importanza chi avesse vinto perché tutti alla fine avrebbero perso; oppure a un'azienda in crisi che si trova nella necessità di intraprendere misure drastiche di ristrutturazione ma che, non avendo instaurato con i dipendenti un clima di fiducia e collaborazione, viene da questi continuamente ostacolata, finché l'azienda chiude e i lavoratori perdono il posto, con ovvia perdita per entrambi.

6. Luci e ombre del cambiamento

Come si è visto il processo di democratizzazione avviato nel Settecento è oggi giunto a penetrare nelle famiglie, nelle scuole, nelle aziende, insomma nei sistemi micro e mesosociali, innescando una vera e propria rivoluzione nella sfera interpersonale. Essa rappresenta senz'altro un cam-

La definizione di emozione proposta da Antonio Damasio è appunto questa:

Le emozioni sono un programma ragionevolmente complesso di **azioni** (che includa più di una o due risposte di tipo riflesso) attivato da un evento o un oggetto identificabile, uno stimolo emotivamente adeguato) (Damasio, 2010)¹.

Il corpo è il luogo originario di nascita e vita delle emozioni finché non si traducono in azioni; le emozioni sono “stati emotivi corporei”, i sentimenti sono “percezioni di quello che i nostri corpi fanno durante l’attività emotiva”, l’umore è l’effetto prodotto da stati che durano per ore o per giorni e non sono legati a un oggetto. Per i nostri fini è sufficiente chiamare genericamente emozioni sia le emozioni vere e proprie, sia i sentimenti, sia l’umore. Semplificando, ciò che li distingue è la durata nel tempo e il livello di “immediatezza corporea” (per avere un sentimento è necessario prima avere emozioni nel corpo e percepirle).

Filetto di riquadro del box

Box di approfondimento - Che cos'è un'emozione

Un'emozione, secondo Antonio Damasio (Damasio, 2010) è uno stato corporeo che coinvolge:

- Cuore, Polmoni, Stomaco-intestino, Pelle, Muscoli dello scheletro.
- Ghiande endocrine (es. adrenali e pituitaria).
- I peptidi modulatori rilasciati
- Il sistema immunitario.
- L'attività di base della muscolatura liscia nelle pareti arteriose che si incrementa e produce la contrazione e l'assottigliamento dei capillari (pallore) oppure si riduce e i capillari si dilatano (rossore).

Il titolo del box: in Arial, corpo 10 grassetto

L'insieme di queste attività corporee, che si verificano a partire dall'equilibrio funzionale di un organismo o di un sistema di organi, è un insieme di stati corporei. Il carattere dei box è diverso dal carattere del testo; solitamente si usa Arial, corpo 10

Il testo all'interno dei box non prevede il rientro a inizio capoverso

Il carattere dei box è diverso dal carattere del testo; solitamente si usa Arial, corpo 10

Mentre le emozioni sono per loro natura legate a certe modalità di pensiero, i sentimenti emotivi sono principalmente percezioni di quello che **i nostri corpi fanno** durante l'attività emotiva, accompagnati da percezioni del nostro **stato mentale** durante lo stesso periodo di tempo. In organismi semplici capaci di comportamento ma privi di un processo mentale, le emozioni possono essere vive e vegete, ma da queste non seguono necessariamente sentimenti.

Damasio classifica i sentimenti in:

- Sentimenti basati su emozioni universali.

Uso di grassetto per enfatizzare determinate parole

1. Traduzione nostra.

democratica della popolazione; sarà indispensabile come preparazione alla convivenza nella società multietnica e multiculturale che ormai si va profilando e infine sarà indispensabile per creare una vera cultura della pace, che predisponga favorevolmente l'opinione pubblica alla gestione e risoluzione non violenta dei conflitti. Pertanto sarebbe auspicabile che tutti coloro che possono contribuire a questo processo – docenti della scuola e dell'università, politici, giornalisti, genitori, educatori, operatori della sanità e via dicendo – si attivino al più presto perché ciò avvenga nei tempi e nei modi adeguati.

2.2. Principi e metodi per una efficace educazione relazionale

Non è L'elenco può essere retto da numeri, lettere o simboli.
Qui un elenco numerato, ripreso sotto da un elenco retto da lettere la profondità del tema in oggi profondità del presente nelle poche pagine a disposizione; ritengo però utile dare almeno alcuni cenni al riguardo e illustrare per sommi capi quali siano a mio avviso i principi base su cui andrebbe impostata una efficace educazione/formazione relazionale:

1. *contestualizzazione* del disagio e dei conseguenti nuovi bisogni educativi all'interno del processo di *mutamento socioculturale* in corso;
2. approccio olistico che espliciti l'*interdipendenza* tra comunicazione, relazione, emozione;
3. focalizzazione sulla *consapevolezza* (di sé, dell'altro e delle dinamiche comunicativo-relazionali);
4. metodologia spiccatamente *esperienziale* con teorizzazione prevalentemente *ex*

L'elenco è rientrato e la seconda riga di ciascun punto è allineata alla prima

1. L'importanza del primo punto è ormai più che ovvia per il lettore di questo libro, ma i possibili destinatari di un intervento di educazione/formazione relazionale potrebbero non averlo letto e il corso dovrebbe quindi iniziare con una introduzione teorica che illustri sinteticamente i contenuti riportati ai capitoli precedenti, facendo percepire ai partecipanti:

- a. che i loro problemi relazionali personali sono in realtà comuni anche a molti altri, al punto da potersi definire problemi collettivi;
- b. che le cause di tali problemi non dipendono solo dalle persone in essi coinvolte ma anche da *cecità e vincoli socioculturali anch'essi collettivi*;
- c. che le soluzioni a tali problemi Esempio di elenco che chiarisce un concetto presentato nell'elenco numerato precedente.
Si distinguono le opzioni con le lettere ti- lu- te- sti della propria vita privata e lavorativa – può essere di grande aiuto.

4. Il reloading delle strategie distributive attraverso i Brand places

di *Patrizia Musso* ed *Elisabetta Sala**

Il numero della nota è in apice, in Times New Roman, corpo 8 e va posta prima della punteggiatura

1. Premessa

Nel panorama odierno della comunicazione di marca parlare di “spazi”, ovvero di formule distributive attraverso cui le merci vengono rese disponibili ai consumatori, significa riferirsi a un mondo assai complesso e articolato. A fianco alle modalità più tradizionali che da tempo connotano il marketing della marca (dai *flagship store* ai sistemi della GDO) sono nate e si stanno sempre più consolidando soluzioni innovative, in grado di scardinare almeno tre assunti di base presenti nella letteratura di riferimento¹.

In primo luogo, il negozio come contenitore di prodotti.

È assodato da tempo: il consumatore non si accontenta più di trovare solo merci in uno spazio commerciale, si aspetta servizi aggiuntivi ed esperienze polisensoriali che lo coinvolgono. Nasce così il concetto di “spazio parlante”² che si articola in una comunicazione d’impatto attraverso la scelta dei luoghi di vendita. Come vedremo, la diffusione di questi luoghi e più i consumatori a raggiungere luoghi extra-urbani pur di entrare in contatto con un certo brand e con la community dei suoi affezionati consumatori.

In secondo luogo, il negozio come spazio fisico.

Se un tempo era impensabile acquistare un prodotto che non fosse im-

La numerazione delle note inizia da 1 in ogni nuovo capitolo

Il numero di nota è in apice

Il testo della nota è in Times New Roman, corpo 9, interlinea singola, giustificato, con rientro della prima riga di mm. 5

* Il presente capitolo è stato scritto da Patrizia Musso (paragrafo 3 e relativo sottoparagrafo 3.1) e da Elisabetta Sala (paragrafo 4 – compresi i casi Armani e Hotel Missoni e relativo sottoparagrafo – e relativo sottoparagrafo –). In questo capitolo ha altresì collaborato Gabriella Vivaldi (in particolare modo nella stesura del paragrafo 3.1 su Gucci; autrice del caso Net-A-Porter).

¹ Cfr. P. Kotler, K. Keller, *Marketing management*, 12a edizione a cura di G. W. Scott, Paravia Bruno Mondadori, Milano, 2007.

² Si tratta di una definizione proposta nel 2005 nel volume P. Musso, *I nuovi territori...*, cit., e che risulta quanto mai attuale ed efficace nell’epoca odierna.

MODELLO CITAZIONI

“beni pubblici locali”, dotati di un valore di relazione e di legame nel quale il rapporto uomo-oggetti/merci si integra al rapporto uomo-uomo, dando un

Esempio di citazione impostata come blocco a sé stante:
in Times New Roman, corpo 10, interlinea 12

consumare (Segrè, 2008).
iniziative di economia solidale,
per definizione, l'organizzazione sociale il cui sistema produttivo è capace
di produrre, oltre a beni aventi valori d'uso e di scambio, anche beni con
valore di legame” (Segrè, 2008, p. 89).

Tra le altre, i Last Minute Market, costruiti e
al significato del dono, offrono un'interpretazione della realtà contingente e
dello spreco più pragmatica delle convenzionali di stampo ideologico-
utopistico.

Rientro di cm. 0,5

Una riga di bianco prima dell'inizio

Bisogna essere realisti. Un calo dei consumi, una diminuzione degli sposta-
menti di uomini e merci si tradurrebbe in un indebolimento delle transazioni com-
merciali e in un aumento della disoccupazione: la recessione porterebbe disoccupa-
zione e impoverimento. Una “crescita negativa” provocherebbe un vero caos (Se-
grè, 2008, p. 75).

Non è sufficiente, dunque, registrare l'esistenza di uno spirito di mode-
razione e sobrietà, filiazione elettiva, consapevole, riflessiva, meditata, vo-
luta delle esperienze di scarsità e risparmio. Bisogna invece richiamarsi a lezioni
precedenti, e spiegare i comportamenti basati su scelte consapevoli (evitare sprechi, ricerca del risparmio, prezzi contenuti, gusto
prezzo ecc.) un tempo necessari, quali scelta volontaria mossa dalla preoc-
cupazione per la qualità, anche ambientale, oltre che per la quantità (Sas-
satelli, 2008).

Una riga di bianco alla fine della citazione
e prima dell'attacco del testo corrente

lo spreco esiste ed è, almeno al
m
in modo consono per renderlo
utne (Segrè, 2004), -spreco (Segrè, 2008): un'opportunità positiva per
uscire dalla crisi e fuggare i fantasmi dei timori che popolano la quotidianità
(Segrè, 2010).

Indicazione della fonte con riferimento all'americana,
che rimanda alla Bibliografia

La soluzione è di trasformare i beni alimentari in scadenza o danneg-
giati in una risorsa che, nell'augurata ipotesi di riuscire a mettere a sistema
tutta la grande distribuzione italiana, potrebbe assicurare colazione, pranzo
e cena a quasi un milione di indigenti al giorno.

Il cibo recuperato (dai volontari) innesca un meccanismo virtuoso con-
veniente per tutti: “da una parte l'impresa *for profit* trae vantaggio a donare
il prodotto perché evita il costo di trasporto e smaltimento, dall'altra il
mondo *no-profit* riceve gratuitamente un prodotto che dà un doppio vantag-
gio: economico, dato che si risparmia, e nutrizionale: si mangia di più e
meglio” (Segrè, 2008, p. 27).

1. La rivoluzione interpersonale

Rientro di cm. 0,5 a inizio capoverso

L'apostrofo con le grazie

1. Nuovi modi di stare in relazione

Nel passato anche recente la vita di relazione era tutt'altro che dinamica e libera e si svolgeva anzi con grande lentezza, seguendo regole e schemi rigidi, cui dovevano conformarsi tutti i membri di una data comunità. Ci si dava del lei o del voi perfino tra marito e moglie, tra madre e figli, tra amici: il ruolo e la posizione sociale erano preponderanti sull'identità personale; importava molto più *cosa eri* – un contadino, un artigiano, un contadino; un padre o un figlio; un dipendente o un indipendente – che *chi eri*. L'autorità prevaleva sulla spontaneità, la formalità sulla creatività.

Si lascia sempre lo spazio dopo il segno di punteggiatura, non prima

Inoltre per la stragrande maggioranza delle culture si viveva e finiva nel raggio di pochi chilometri dal luogo di nascita e tutto ciò che si trovava oltre era completamente sconosciuto e spesso temuto. Si trattava di sistemi socioculturali chiusi, in cui le regole tramandavano immutate per secoli, e non si conoscevano altri "mondi", altre mentalità, altri modi di concepire la realtà o di vivere le relazioni, e il raro contatto con culture "altre" era per lo più contrassegnato da paura, rifiuto e ostilità. Il forestiero, lo sconosciuto, il diverso erano guardati con timore e sospetto; le diversità – nelle idee, nei comportamenti, nella religione – non erano affatto tollerate, anzi erano fonte di scherno, di scontro o perfino di guerra. Si pensi alla persecuzione degli eretici – la cui unica colpa era di differenziarsi per alcuni aspetti dalla dottrina ufficiale¹ – o alle guerre di religione, prima tra pagani e cristiani, poi tra cristiani e musulmani e infine tra cattolici e protestanti.

Le virgolette inglesi, con grazie, per evidenziare una parola

Il trattino medio per gli incisi nelle frasi, in apertura e in chiusura dell'inciso, con spazio prima e dopo

Il numero di nota precede il segno di punteggiatura

¹ Il termine "eretico", derivato dal greco antico, significa alla lettera "colui che sceglie da solo".

prevalere di nomi generici – ovvero comuni o descrittivi con scarsa valenza distintiva – e di espressioni del lessico comune, nonché di quelle che grazie a internet appartengono a un “*dal web*”; tutto probabilmente è nato dal fatto che o dato la possibilità di registrare e quindi “fare propri” nomi comuni.

Tra gli accenti da controllare: “è” (e non dimenticare anche: perché, poiché, così, né, sé...)

Ciò è stata, e lo è ancora, una naturale conseguenza del fatto che la rete è aperta a tutti, operatori esperti e non, singoli o imprese che siano. Tuttavia questa tendenza si è diffusa (anche professionali) sono arrivati alla conclusione che per avere nomi di presa – e quindi efficaci per il vasto pubblico della rete – occorresse far ricorso a nomi “facili”.

L'uso del corsivo: per le parole straniere...

Del resto questo assunto appare a prima vista essere in linea con le stesse prime basilari regole di *namings* (più o meno unanimemente riconosciute) che sostengono che il nome del brand debba essere il più possibile “semplice, significativo, memorizzabile...”¹⁴. Asserire che un nome debba essere semplice non è la stessa cosa che dire “facile”. “Semplice” vuol dire l’opposto di “complesso”: un nome eccessivamente complesso sarà probabilmente difficile da pronunciare e memorizzare, ma un nome “semplice” non è “facile” (mi si perdoni il gioco di parole); mentre un nome “facile” non è “semplice” (allo che d’altra parte è il timore di una “frizione” dell’argomento “namings”).

Esempio di uso di virgolette inglesi per aprire e chiudere le citazioni

I puntini di sospensione sono tre e non sono staccati dalla parola che li precede

Spesso si commette l’errore di attribuire al *brandname* una funzione di comunicazione che non può avere nel senso stretto del termine: il nome del brand non deve assolvere la funzione di descrivere o esprimere un messaggio esplicito riferito al brand; questo è, infatti, compito di altre forme di comunicazione al quale compito in generale le base-line (slogan, tag line, ecc.) assolvono egregiamente. Un nome da solo non basterebbe per descrivere tutta la complessità di un brand.

Quanto appena riportato, che può apparire un’osservazione ovvia, sta invero a rappresentare proprio un limite intrinseco nelle potenzialità di un nome, il quale altrimenti perderebbe il suo carattere di “astrattezza”, “distintività”, “unicità”, “originalità” nonché il potenziale evocativo o carica emotiva “real”.

Preferire “ecc.” a “etc.”

Come conseguenza, si assiste alla proliferazione di nomi che sono un ibrido tra slogan, nomi descrittivi, locuzioni del linguaggio comune, accentuata dalla compresenza delle estensioni (ad esempio .com, .net, .it, .info, .tv, .eu) a cui si aggiungono le varie innumerevoli estensioni nazionali.

Uso del trattino corto per congiungere due parole

¹⁴ J. Watin-Augouard, S. de Jocas, J. Chaussepied, *Createur de noms...*, cit.; cfr. anche K. L. Keller, B. Busacca, M. C. Ostilio, *La gestione del brand*, Egea, Milano, 2005.

¹⁵ Per non parlare di nomi lunghissimi o di sigle complicate il cui significato è spesso completamente incomprensibile.