



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

**FACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA, SCIENZE POLITICHE, GIURISPRUDENZA, INGEGNERIA,
ECONOMIA**

**Corso di laurea interfacoltà in
Comunicazione Interculturale e Multimediale**

**LIBRI PER LE MIE ORECCHIE:
APPLICAZIONI E PROSPETTIVE DELL'AUDIOLIBRO**

Relatore:

Chiar.mo Prof. Fabio Muzzio

Correlatore:

Chiar.mo Prof. Marco Porta

**Tesi di laurea di
Mara Pizzochero**

ANNO ACCADEMICO 2007/08

Introduzione

1. Che cos'è l'audiolibro

- 1.1. Audiolibro: una definizione
- 1.2. Caratteristiche dell'audiolibro
- 1.3. Supporti ed evoluzione tecnologica
- 1.4. Canali di distribuzione
- 1.5. Fattori di successo e di insuccesso dell'audiolibro
- 1.6. Scrittori che scrivono e scrittori che leggono

2. Il mercato estero dell'audiolibro

- 2.1. Il mercato negli Stati Uniti
- 2.2. Il mercato in Inghilterra
- 2.3. Il mercato in Germania
- 2.4. Uno sguardo al panorama europeo

3. Il mercato italiano dell'audiolibro

- 3.1. L'evoluzione storica dell'audiolibro
 - 3.1.1. La lettura ad alta voce in radio: le trasmissioni *FantasticaMente* e *Ad alta voce*
- 3.2. Lo scenario degli ultimi anni
- 3.3. L'offerta di titoli nel panorama editoriale italiano

- 3.3.1. Le principali case editrici
- 3.4. AEDA: l'Associazione Editori Audiolibri
- 3.5. Dati relativi alle vendite in Italia
- 4. L'audiolibro come strumento compensatorio**
 - 4.1. L'audiolibro e le disabilità visive
 - 4.1.1. Le caratteristiche del libro parlato
 - 4.1.2. Gli enti e le associazioni che forniscono audiolibri ai disabili visivi
 - 4.1.3. Gli altri enti e associazioni che forniscono audiolibri ai soggetti non vedenti e ipovedenti
 - 4.2. L'audiolibro e la dislessia
 - 4.2.1. I disturbi specifici dell'apprendimento
 - 4.2.2. La dislessia: una definizione
 - 4.2.3. Le conseguenze sul piano dell'apprendimento e sul piano psicologico
 - 4.2.4. Un aiuto per l'apprendimento: il doppio canale di esposizione
 - 4.2.5. Gli strumenti per il doppio canale di esposizione: i software di gestione della sintesi vocale
 - 4.2.6. Gli strumenti per il doppio canale di esposizione: l'audiolibro
 - 4.2.7. Gli enti e le associazioni che forniscono audiolibri ai soggetti dislessici
 - 4.3. Conclusioni

5. Interviste

5.1. Intervista a Cristiana Giacometti

5.2. Intervista a Gualtiero Munerol

6. Conclusioni

7. Abstract

8. Bibliografia

9. Sitografia

Introduzione

Questo lavoro prende le mosse da una curiosità personale nei confronti di uno strumento per me quasi sconosciuto. L'audiolibro era strettamente collegato, nel mio immaginario, ai ricordi d'infanzia, alle audiocassette da ascoltare girando le pagine dei libri illustrati di favole. Poi la scoperta, attraverso il corso di Editoria Multimediale e attraverso un giro tra gli espositori della Fiera del Libro di Torino, del piccolo e poco conosciuto mondo di questo mezzo, antico e nuovo al tempo stesso.

Uno strumento interessante, che racchiude in sé l'antico fascino dell'oralità e si presenta, al contempo, attraverso i supporti permessi dalla tecnologia moderna. Uno strumento che, a causa di questa dualità, suscita interesse e timore in egual misura. Uno strumento che, nella nostra cultura, viene percepito come attentatore alla sacralità del libro, quando potrebbe, invece, ed è questa la visione che i sostenitori cercano di portare all'attenzione dei detrattori, essere un complice nel tentativo di riportare tra gli interessi del nostro Paese la letteratura.

Obiettivo del lavoro è perciò quello di delineare l'attuale scenario all'interno del quale si colloca l'audiolibro, osservando la nascita e l'evoluzione del prodotto e confrontando la realtà del nostro Paese con quella dei Paesi anglosassoni e europei dove l'editoria sonora può vantare un mercato ormai consolidato, cercando di capire quali motivazioni stanno alla base di un grande e crescente successo all'estero, e quali invece fungono da barriera all'ingresso a pieno titolo dell'audiolibro nel panorama dell'editoria italiana.

Ma l'audiolibro è anche uno strumento necessario per l'accesso alla cultura per tutte quelle persone che, principalmente a causa di disabilità visive o di difficoltà nell'apprendimento, non possono leggere attraverso gli occhi. Una parte del lavoro non poteva perciò che essere dedicata alle applicazioni dell'audiolibro come mezzo compensatorio.

Nella percezione comune, però, gli audiolibri restano strettamente legati all'area della disabilità, almeno per quanto riguarda il nostro Paese; per questo e per altri motivi che si è cercato di indagare

ha goduto di scarsa fortuna quando, nel passato più o meno recente, si sono visti sparsi e sporadici tentativi di introdurlo nel mercato.

Solo negli ultimi anni lo scenario sta cambiando: l'offerta sta crescendo lentamente con continuità, e di audiolibri si inizia a sentire parlare in modo più diffuso.

Ulteriore scopo di questo lavoro è perciò quello, osservate le applicazioni attuali, di cercare di intuire il potenziale che l'audiolibro racchiude in sé.

1. Che cos'è l'audiolibro

1.1. Audiolibro: una definizione

Con il termine audiolibro si fa riferimento alla registrazione audio del contenuto di un testo a stampa effettuata ad alta voce da un attore, un narratore o uno speaker. La registrazione può essere fissata su differenti supporti e può essere accompagnata o meno da musiche e suoni.

Ciò che accomuna l'audiolibro al libro è il contenuto veicolato, che è il medesimo, e ciò che lo differenzia sono invece il supporto¹ e soprattutto il canale di fruizione, che non è la vista, ma l'udito: gli audiolibri sono, insomma, libri da ascoltare.

A una definizione tanto semplice corrisponde però una varietà di caratteristiche che possono rendere gli audiolibri anche molto differenti tra di loro.

¹ I prodotti dell'industria culturale possono essere analizzati sia come combinazione di contenuto e supporto, sia considerando separatamente le due componenti; quest'ultimo approccio permette di rendersi conto della doppia valenza che questi prodotti hanno, ovvero quella di "bene pubblico" (il contenuto può essere fruito da un numero indeterminato di persone, perché il consumo che ne fa un individuo non priva gli altri della possibilità di utilizzarlo, né riduce la quantità a disposizione del bene stesso), e di "bene privato" (il supporto, una volta acquistato da un individuo, non è più a disposizione per gli altri).

Valerio Eletti, Manuale di editoria multimediale, Ed. Laterza, 2005, pag. 11

1.2. Caratteristiche dell'audiolibro

Una prima importante caratteristica è la destinazione del prodotto: l'audiolibro, per le sue caratteristiche peculiari, racchiude in sé una dualità intrinseca. Da una parte può essere visto come un prodotto editoriale e commerciale destinato ad un'utenza comune, da considerare come complice del libro, al quale non intende sostituirsi; dall'altra parte può invece essere considerato uno strumento che si sostituisce al libro cartaceo, per tutti quei casi di disabilità e difficoltà nei quali la lettura tradizionalmente intesa non sia possibile, o sia molto difficoltosa. Questa prima distinzione è fondamentale, perché da essa dipendono molte altre differenze che fanno in modo che sotto lo stesso termine di audiolibro confluiscono prodotti profondamente differenti tra loro.

Volendo per ora concentrare l'attenzione sull'audiolibro come prodotto editoriale e commerciale, è utile ripercorrere i principali tratti che possono caratterizzare e differenziare questo prodotto. Un'analisi sintetica ma efficace a questo fine è quella effettuata da William C. Robinson in un articolo pubblicato sul sito americano Multimedia Seeds; nel documento l'autore analizza alcune problematiche legate all'ascolto degli audiolibri, mettendo in rilievo in particolare alcune differenze che si possono incontrare negli audiolibri.

Una prima differenza che si può incontrare è quella tra audiolibri in versione integrale e in versione ridotta; negli Stati Uniti si fa riferimento ai primi con la definizione di titoli "cross country" e ai secondi con quella di titoli "cross town"². Nel primo caso, come si intuisce, il testo viene registrato integralmente, mentre nel secondo caso viene adattato e la registrazione audio comprende solo una parte dell'opera, dalla quale vengono generalmente espunte le sottotrame e le parti descrittive. Le versioni ridotte sono generalmente scelte da chi si avvicina per la prima volta all'ascolto di audiolibri e dai fruitori occasionali, mentre chi utilizza abitualmente questi prodotti tende a preferire

² Negli Stati Uniti è molto diffusa l'abitudine di ascoltare audiolibri durante i viaggi in automobile.

le versioni integrali, percepite come complete e maggiormente fedeli all'opera e alle intenzioni dell'autore³.

Un'altra caratteristica che può differenziare gli audiolibri è la scelta, da parte dell'editore, di affidare la narrazione ad un attore, a un narratore o all'autore stesso dell'opera. Ovviamente, perché la lettura sia affidata all'autore dell'opera, è necessario che si tratti di un'opera contemporanea; ma, a parte questa prima necessaria discriminante, la scelta della voce è un aspetto molto delicato⁴, che dipende soprattutto dal taglio "stilistico" che vuole offrire la casa editrice. Gli editori che offrono audiolibri letti dall'autore stesso dell'opera cercano con questo di offrire un prodotto ancora più autentico, poiché sembra venire a mancare ogni intermediario tra l'autore e il fruitore; l'interesse, o la curiosità, di sentire la voce dello scrittore possono costituire inoltre un valore aggiunto agli occhi degli acquirenti. Affidare la scelta ad un "professionista della voce", come può essere uno speaker, un attore o un narratore di professione, garantisce l'ottenimento di una lettura pulita e priva di inflessioni; inoltre, gli editori sono consapevoli dell'importanza fondamentale rivestita dall'offrire all'ascoltatore una lettura aderente al testo e priva di eccessiva enfasi, oltre che dall'essere in grado di selezionare la voce che meglio si adatta all'opera, e investono un'attenzione particolare nella selezione delle voci narranti. Il narratore, in questo contesto, si trova in uno strano interfaccia interpretativo quando legge un testo ad alta voce. "Da un lato il rispetto della struttura sintattico-grammaticale, ortografica e semantica predeterminata dall'autore, da un altro la necessità di trasferire significati e immagini all'ascoltatore attraverso la voce.

Il risultato del lavoro dipenderà dall'originale miscela di questi due piani interpretativi che il narratore-lettore sarà in grado di creare": così viene descritto il ruolo di "interfaccia" che il narratore riveste⁵. Nei Paesi anglosassoni quella dei narratori è considerata una professione autonoma, per la quale è richiesta una preparazione formativa ed esperienziale specifica e alla quale è dedicato anche un *award*.

³ *Audiobooks*, articolo di William C. Robinson disponibile sul sito americano <http://eduscapes.com/seeds>

⁴ "The narrator can make or break the quality of an audio listening experience" (il narratore può creare o distruggere la qualità dell'esperienza dell'ascolto).

⁵ "Standard di qualità per la lettura", a cura de Il Narratore audiolibri

Un'altra caratteristica che può differenziare molto gli audiolibri è la presenza o meno di un accompagnamento musicale alla lettura. L'audiolibro "idealtipico" non prevede l'inserimento di musiche, se non a introduzione e conclusione dell'opera, ma solo la lettura di un'unica voce narrante; nonostante questo esistono case editrici che prevedono nei loro audiolibri la fusione di parole e musica, avvalendosi della collaborazione di musicisti famosi.

1.3. Supporti ed evoluzione tecnologica

Come già accennato in precedenza, l'audiolibro veicola un contenuto che può definirsi "antico", in quanto nella parola letta ad alta voce riecheggia un richiamo alle culture orali, attraverso un supporto che cambia al cambiare della tecnologia.

I primi audiolibri, registrati negli Stati Uniti per i non vedenti e risalenti agli anni Trenta, utilizzavano come supporto i dischi in vinile.

Negli anni Sessanta, con l'avvento sul mercato dell'audiocassetta, si è instaurato un nuovo standard. L'audiocassetta, strumento analogico che prevede la registrazione su nastro magnetico, presentava infatti caratteristiche che la rendevano economica e particolarmente semplice da utilizzare. Un impulso ulteriore alla diffusione di questo supporto si è avuto con la produzione e distribuzione dei walkman negli anni Ottanta, e dell'autoradio nelle macchine. Nonostante il passaggio dall'analogico al digitale, e la conseguente introduzione sul mercato di un nuovo supporto, ovvero il CD, l'audiocassetta ha mantenuto per lungo tempo un primato assoluto per quanto riguarda la registrazione e l'ascolto degli audiolibri, tant'è che il superamento delle audiocassette a vantaggio dei CD è avvenuto solo in anni recenti.

A contribuire a segnare il passaggio da cassetta a CD, oltre alla comodità di stoccaggio e alla minore deperibilità, ha contribuito la diffusione degli stereo nelle case e delle autoradio con l'apposito lettore nelle automobili. Attualmente gli audiolibri vengono registrati prevalentemente su CD Audio e CDmp3, che offrono una capacità molto maggiore, ma inizia a essere crescente l'offerta in formato mp3, che rende possibile anche il download dalla rete.

1.4. Canali di distribuzione

Nei Paesi dove l'audiolibro è più diffuso, la sua reperibilità è molto alta.

Gli audiolibri sono facilmente reperibili nelle librerie, dove possono essere situati accanto alla versione cartacea dell'opera o posti in sezioni specificatamente dedicate; si possono trovare anche con semplicità nelle biblioteche, che ad esempio negli Stati Uniti hanno giocato un ruolo importante per la diffusione del mezzo e anche per l'affermazione dei nuovi formati. È inoltre possibile acquistare questi prodotti attraverso la GDO⁶, ovvero presso ipermercati, supermercati e grandi magazzini, oltre che nelle stazioni di servizio. La diffusione di internet ha reso poi molto semplice reperire questi prodotti anche attraverso la rete, sia per acquistarli su supporto fisico sia per scaricarli in formato digitale.

Attualmente i più importanti store di audiolibri in rete sono Audible⁷ e iTunes Music Store⁸; a comprendere anche tutta l'offerta italiana è ibs.it.

Internet ha semplificato la vita, oltre che ai consumatori, anche agli editori, che grazie ad esso possono distribuire direttamente agli utenti interessati i loro titoli, senza dover sostenere i costi di stoccaggio e distribuzione della merce che si avrebbe con una libreria. Secondo Nicolas Soames, fondatore di Naxos⁹, anche piccoli quantitativi possono essere redditizi, perché si azzerano i costi di stoccaggio e assortimento. Internet ha inoltre reso possibile la diffusione del podcasting, ovvero un sistema che permette, in seguito all'abbonamento ad un fornitore di scaricare in modo automatico podcast, ovvero file audio o video. Il podcasting è stato fin dall'inizio applicato principalmente ai contenuti digitali radiofonici, ma è crescente il numero di fornitori anche per quanto riguarda gli audiolibri.

⁶ Grande distribuzione organizzata.

⁷ www.audible.com

⁸ www.apple.com/it/itunes/whatson/

⁹ Casa editrice audio che produce anche audiolibri.

Il Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia, curato dall'AIE¹⁰ e presentato agli Stati Generali dell'editoria¹¹, mostra che sono in crescita le vendite nella GDO, nelle edicole e attraverso le librerie on-line: nonostante la ricerca prendesse in considerazione la distribuzione dei libri, si potrebbe ritenere che anche per la diffusione dell'audiolibro questi potrebbero essere i canali preferenziali, che sarebbero così allineati con quanto avviene negli altri Paesi.

1.5. Fattori di successo e di insuccesso dell'audiolibro

Nelle pagine precedenti si è data una descrizione dell'audiolibro dal punto di vista del contenuto, dei supporti e dei canali di diffusione possibili. E se non si sono incontrate particolari difficoltà, vista la relativa semplicità del mezzo, il discorso cambia se si sposta l'attenzione dal piano descrittivo e oggettivo a quello valutativo: l'audiolibro è un prodotto soggetto a numerose critiche, soprattutto nel nostro Paese.

Bisogna innanzitutto precisare che l'audiolibro, in Italia, è una realtà scarsamente sconosciuta. Ciò è dovuto a differenti ragioni, di ordine sia storico che culturale.

L'audiolibro è uno strumento che ha infatti vissuto un'evoluzione peculiare; a differenza di altri strumenti, come ad esempio il DVD, che sono stati pensati e creati come prodotti commerciali e di cui è stato successivamente scoperto il valore e la validità come supporti per alcuni tipi di disabilità, l'audiolibro è stato fin dall'inizio destinato ad un'utenza disabile¹², costituita da non vedenti e ipovedenti, per i quali costituisce, effettivamente, un mezzo indispensabile per poter accedere alla letteratura.

Ciò è particolarmente vero nel nostro Paese, mentre, come si vedrà, all'estero, e in particolar modo nei Paesi anglosassoni e in alcuni Paesi del Nord Europa, già da molti anni l'audiolibro ha assunto

¹⁰ Associazione Italiana Editori

¹¹ Evento che riunisce gli editori, e che quest'anno ha avuto luogo l'1 e il 2 ottobre a Roma.

¹² La "nascita" dell'audiolibro risale agli anni Trenta, e coincide con la registrazione delle storie dei nativi americani da parte dell'antropologo J.P.Harrington; da quel momento in poi, nei Paesi anglosassoni prima e in Italia poi, lo strumento si è attestato però in modo sempre più preponderante verso la destinazione per un'utenza disabile.

una sua autonomia e si è collocato a pieno titolo tra i prodotti dell'industria editoriale, pur continuando a sopravvivere parallelamente come necessario ausilio per l'utenza disabile.

In Italia invece, questo esordio come sostituto della lettura, se da una parte ha garantito a molte persone l'accesso alla cultura, dall'altra ha contribuito a fare in modo che l'audiolibro venisse considerato come un prodotto di nicchia, scarsamente o per nulla appetibile per un pubblico "normodotato": convinzione comune, che perdura e si è consolidata fino a trasformarsi in un vero e proprio pregiudizio culturale, è che la sua unica utilità sia quella di sostituirsi al libro stampato: chi dispone fisicamente delle possibilità di leggere "tradizionalmente" non ritiene che l'audiolibro possa avere utilità al di fuori dell'ambito della disabilità.

Un secondo fattore di criticità è costituito dal fatto che l'avvento di ogni innovazione, di ogni nuova tecnologia viene salutato con sospetto: è il destino che nel passato, remoto e recente, è toccato a tutti i mezzi di comunicazione e ai nuovi supporti che li accompagnano. Strumenti destinati ad entrare a fare parte del nostro quotidiano sono guardati con diffidenza e spesso caricati di potenziale pericoloso¹³. È un timore nei confronti della novità che è particolarmente radicato nella nostra cultura, e che si è verificato nei confronti della radio e della televisione al loro avvento, e che in anni più recenti si è manifestato, ad esempio, nella difficoltà che supporti come il CD e il DVD hanno incontrato nella loro diffusione sul mercato.

Per quanto riguarda l'audiolibro, unitamente al timore che il "nuovo" possa stravolgere l'ordine preconstituito e minacciare valori e principi si manifesta quello che sembra essere un terrore ricorrente fondato nell'animo dei lettori "puristi", ovvero la paura che il libro possa morire.

"Ciò che può morire è un supporto nato qualche secolo fa sulle ceneri di supporti diversi e più scomodi: il supporto "fisico" del libro su carta, con tutta la nostalgia del suo odore così familiare e rassicurante o della sua morbida, quasi sensuale cedevolezza al tatto: sensazioni legate però a generazioni che sono cresciute con quel supporto, così come erano affezionate agli incunaboli quei

¹³ "Quello che invece si rimprovera all'apocalittico è di non tentare mai, in realtà, uno studio concreto dei prodotti e dei modi in cui vengono davvero consumati".
Prefazione a Apocalittici e integrati, Umberto Eco, Ed. Bompiani, 1964

lettori che rifiutavano “la volgarità e la puzza” dei libri nati dopo l’invenzione di Gutenberg; sensazioni che non apparterranno più alla memoria collettiva fra due o tre generazioni”¹⁴: questo è quanto Valerio Eletti scrive a proposito dell’apocalittica previsione della morte del libro paventata in concomitanza con l’affacciarsi sulle scene dell’e-book, ma che può considerarsi valido in generale e applicabile anche al contesto dell’editoria sonora.

Il timore dell’incombente morte del libro aveva accompagnato già la prima grande rivoluzione tecnologica della storia dell’umanità, ovvero l’invenzione della stampa a caratteri mobili ad opera di Gutenberg, nel lontano 1455; ma una simile apocalittica paura continua ancora oggi, e si associa ad uno strumento come l’audiolibro che però, come sostenuto a gran voce dai suoi sostenitori, non ha affatto l’intenzione di sostituirsi al libro cartaceo, ma ambisce semmai ad accostarsi ad esso e a promuoverlo.

Uno spaccato interessante e significativo riguardo gli entusiasmi e, soprattutto, i timori che l’audiolibro suscita è quello che è emerso attraverso la discussione che ha avuto luogo sul blog *Letteratitudine*¹⁵ di Massimo Maugeri¹⁶. Il blogger ha pubblicato un post sugli audiolibri che in poco più di una settimana ha ricevuto oltre duecento commenti. Una simile partecipazione non può che considerarsi positiva, in quanto indice di interesse e attenzione per il tema, e interessanti sono stati soprattutto i toni del dibattito e le ragioni portate reciprocamente all’attenzione dai sostenitori e dai detrattori dell’audiolibro.

Oltre ai già citati pregiudizi nei confronti dell’audiolibro, ovvero la convinzione che sia un valido ausilio solo per i non vedenti e che possa minacciare lo *status* del libro, veicolando attraverso un canale facilitato il medesimo contenuto e contribuendo così ad un’ulteriore riduzione dello già scarno numero di lettori, coloro che mostrano diffidenza verso questo mezzo adducono come ulteriori motivazioni al loro rifiuto la perdita di un contatto diretto, quasi fisico e sensoriale, con il

¹⁴ Manuale di editoria multimediale, Valerio Eletti, Ed. Laterza, 2005

¹⁵ <http://letteratitudine.blog.kataweb.it/>

¹⁶ Scrittore catanese, nel 2007 ha aderito al progetto letterario di scrittura collettiva “Le Aziende In-visibili”, curato da Marco Minghetti (Presidente della Scuola di Management Enrico Mattei e Docente di Humanistic Management presso l’Università di Pavia). Il suo blog costituisce un luogo d’incontro virtuale tra scrittori, lettori, librai, critici e giornalisti culturali.

libro e la frapposizione, fra lettore e autore, di una figura come il narratore, che finirebbe necessariamente con l'assumere la funzione di interprete, privando conseguentemente il lettore di ogni altra possibile interpretazione dell'opera.

Maurizio Falghera e Cristiana Giacometti, fondatori della casa editrice Il Narratore, rintracciano altre e ulteriori ragioni alla base della resistenza culturale, tutta italiana, all'audiolibro.

Innanzitutto nei paesi anglosassoni, ma lo stesso può dirsi anche per la Germania, è diffusa una maggior abitudine sia alla lettura che all'ascolto; la scolarizzazione di massa, che sta ovviamente alla base della formazione culturale degli individui e di conseguenza della richiesta di prodotti editoriali, è molto più antica e completa rispetto a quanto non lo sia nel nostro Paese. Inoltre la religione protestante, prevalente in questi paesi, ha come elementi fondanti l'accesso non mediato dell'individuo al testo sacro e l'importanza della lettura collettiva dei testi religiosi. Questi due fattori sono stati determinati per l'avvicinamento delle masse alla cultura e hanno promosso sia la lettura, permettendo che l'individuo accedesse liberamente al testo, sia l'abitudine all'ascolto, facendo in modo che si venisse a creare l'ormai secolare tradizione di comunicazione orale.

Diametralmente opposta può dirsi la situazione nei paesi a tradizione cattolica e in particolare in Italia dove, invece, è stato privilegiato un rapporto comunicativo basato sulle immagini e, fino a poco più di mezzo secolo fa, i riti sacri venivano celebrati in latino, escludendo con ciò dalla comprensione le masse.

Nel nostro Paese, inoltre, anche i processi che hanno condotto all'alfabetizzazione completa della popolazione e alla scolarizzazione di massa sono stati molto più lenti e tortuosi rispetto ad altre realtà; permane ancora un'enorme distanza da colmare per arrivare a diventare lettori e ascoltatori come nelle nazioni anglosassoni.

Inghilterra e Stati Uniti possono poi vantare una lunga e importante storia radiofonica, che ha educato milioni di persone ad ascoltare romanzi e drammi radiofonici; un analogo scenario in Italia è stato cambiato dall'avvento della televisione, che nel nostro Paese ha avuto l'effetto di spostare tutta l'attenzione verso un tipo di intrattenimento visivo che ancora oggi perdura.

Un'altra spiegazione della differenza della realtà italiana si riscontra nelle valutazioni economiche che le grandi case editrici hanno operato. Sembra che la logica che sottende ogni investimento editoriale sia quella del massimo profitto nel breve periodo; una simile visione non è applicabile a un mercato come quello dell'audiolibro, che in Italia è ancora pressoché inesistente e non può perciò garantire un ritorno economico immediato. L'assenza di investimenti da parte delle case editrici non stimola la domanda, che pure è in espansione anche nel nostro Paese ed è potenzialmente valutata in un milione di utenti. La produzione di audiolibri continua a essere rimessa principalmente nelle mani di piccoli editori mossi da passione e dal desiderio di diffondere letteratura, che però si trovano di frequente a fronteggiare le difficoltà per l'acquisizione dei diritti da parte degli editori più importanti e a doversi districare tra le leggi e le procedure burocratiche per pubblicare i libri letti ad alta voce e per la pubblicazione digitale in Internet.

Le case editrici "tradizionali" tendono a vedere nell'audiolibro un concorrente del libro stampato, e la mancanza dell'investimento pubblicitario di cui necessita qualunque prodotto si affacci per la prima volta sul mercato fa sì che anche i distributori siano scarsamente propensi a distribuirlo.

Secondo Falghera, però, la ragione più importante del fallimento degli sporadici tentativi di introduzione dell'audiolibro sul mercato italiano va rintracciata "nella scarsa educazione all'ascolto della popolazione italiana che dagli anni del dopoguerra è cresciuta in un'"abbuffata" di immagini televisive, di fotoromanzi, rotocalchi illustrati, cinema, ecc. Insomma, per l'incoercibile propensione degli italiani verso l'"immagine" piuttosto che verso la parola ascoltata, tanto più in un contesto di scarsa attitudine alla lettura".

I fattori critici che accompagnano l'audiolibro, come si è visto, sono numerosi, di differente natura e provenienti sia dalla sfera dell'offerta, sia da quella della domanda.

Si può però notare che molto spesso l'ostilità nei confronti di questo strumento è data da una presa di posizione a priori, un vero e proprio pregiudizio; la strenua difesa del libro appare a tratti un po' paradossale, quando a ergersi a paladina della lettura è una popolazione il cui 37% non legge

nemmeno un libro all'anno¹⁷, e in cui, tra i lettori, il 46,2% non legge comunque più di tre libri all'anno¹⁸.

L'impressione è che, vinta l'iniziale resistenza, l'ascolto degli audiolibri risulti piuttosto convincente e piacevole per i fruitori.

A confutare la posizione di coloro i quali ritengono che il narratore si fraponga tra il lettore e l'autore, dando un'interpretazione "preconfezionata" al testo, si può riportare, tra le altre, l'affermazione di un attore e narratore, Iacopo Vettori: "L'azione di "raccontare" non è la stessa dell'"interpretare": leggendo la Divina Commedia, non dobbiamo immedesimarci nelle singole figure che Dante incontra; non dobbiamo distaccarci dalla consapevolezza di essere dei narratori che rivivono, è vero, fatti anche molto coinvolgenti emotivamente, da cui possono anche lasciarsi trascinare nella foga del racconto, senza però mai arrivare a quel "trasporto" a cui può giungere invece l'immedesimazione durante l'interpretazione di un personaggio"¹⁹. Il narratore, come già evidenziato in precedenza, deve essere in grado di porsi come tramite e non come interprete tra il testo e il lettore. Il lettore, o in questo caso, l'ascoltatore, deve a sua volta essere capace di "cedere la regia"²⁰, di lasciarsi trasportare dalla voce narrante, immergendosi nella dimensione dell'ascolto. Dimensione che è divenuta sempre più estranea alla nostra cultura per ragioni storiche: oltre, ovviamente, al passaggio dall'oralità primaria alla scrittura, a segnare il passaggio dal canale uditivo a quello visuale hanno contribuito anche l' "invenzione" della lettura silenziosa, da far risalire alle prime comunità monastiche²¹, e il successivo affermarsi di una tendenza iconografica nella cultura cattolica. Tendenza che perdura e che si è ulteriormente consolidata, nel secolo scorso, con l'avvento di un medium come la televisione.

Gli audiolibri potrebbero quindi portare ad una riscoperta del valore e della piacevolezza dell'ascolto, oltre che rivelare la loro utilità sotto molti punti di vista.

¹⁷ Rapporto Istat del 2007.

¹⁸ Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2008, a cura dell'Associazione Italiana Editori.

¹⁹ "La narrazione di audiolibri è una forma d'arte?", articolo di Iacopo Vettori, disponibile sul sito www.ilnarratore.it

²⁰ Intervento di Sergio Corrado, professore associato di Letteratura Tedesca presso l'Università Orientale di Napoli, alla tavola rotonda "La fortuna dell'audiolibro", svoltasi al Goethe-Institut di Napoli, il 28/11/2007 .

²¹ Fino ad allora la lettura, sia pubblica che privata, era concepita come lettura ad alta voce.

Offrendo lo stesso contenuto di un libro, ma presentandolo attraverso un canale che, a differenza di quello visivo, non richiede necessariamente che gli sia dedicata un'attenzione totale, gli audiolibri possono essere fruiti in tempi e spazi nei quali generalmente non è possibile leggere, come ad esempio durante la guida o durante lo svolgimento di attività di routine. Possono inoltre rivelarsi strumenti fondamentali per l'apprendimento di lingue straniere, o per potersi più agevolmente aggiornare professionalmente.

Oltre alla piacevolezza e alla possibilità di scegliere un approccio diverso alla letteratura e alla cultura, gli audiolibri offrono anche vantaggi per coloro che, attraverso l'ascolto, possono beneficiare di contenuti che sarebbero altrimenti impossibili o difficili da fruire, ovvero tutti coloro che, per anzianità o disabilità motorie o visive, o ancora per disturbi dell'apprendimento, non possono leggere.

1.6. Scrittori che scrivono e scrittori che leggono

A sostenere il piacere dell'ascolto e la validità dell'audiolibro come strumento di fruizione della letteratura si schierano, oltre ai tenaci editori, anche illustri protagonisti del mondo della scrittura. Appassionata ascoltatrice di audiolibri è la scrittrice cilena Isabel Allende, che “adora gli audiolibri, i libri letti su CD. Le ricordano i racconti di sua nonna e delle vecchie domestiche della sua casa in Cile, che le trasmisero miti e leggende popolari e che, vizio dell'epoca, ascoltavano i romanzi radiofonici, le telenovelas di allora. Oggi gli audiolibri lei li ascolta in macchina: nel tragitto tra la sua casa e l'ufficio di San Francisco. Sono appena venti minuti ma poiché compra solo gialli e polizieschi le capita di fermarsi e parcheggiare per restare in ascolto fino alla fine della storia”²². Strenuo sostenitore, nonché lettore di alcune sue stesse opere, è Stephen King, che sostiene che in una certa misura l'ascolto perfezioni la lettura, evidenziando in egual misura sia i pregi sia i difetti del testo scritto. Infine, non si può non citare a sostegno della lettura ad alta voce

²² L'incontro, articolo apparso su La Repubblica il 30/12/2007

quanto Daniel Pennac scrive nel suo *Come un romanzo*²³: “Strana scomparsa, quella della lettura a voce alta. Cosa avrebbe pensato Dostoevskij? E Flaubert? Non si ha più diritto di mettersi le parole in bocca prima di ficcarsela in testa? Niente più orecchie? Niente più musica? Niente più saliva? Parole senza più gusto? E poi cos’altro! Forse che Flaubert non se l’è urlata fino a farsi scoppiare i timpani la sua Bovary? Non è forse la persona *in assoluto* più adatta per sapere che l’intelligenza del testo passa attraverso il *suono* delle parole da cui scaturisce tutto il loro significato? E non è lui che più di ogni altro sa, lui che si è azzuffato con la musica intempestiva delle sillabe e la tirannia del ritmo, che il *significato si pronuncia*? Cosa? Testi muti per puri spiriti? A me, Rabelais! A me, Flaubert! Dostoevskij! Kafka! Dickens, a me! Giganteschi urlatori di senso, accorrete! Venite a soffiare nei nostri libri! Le nostre parole hanno bisogno di corpo! I nostri libri hanno bisogno di vita!”.

2. Il mercato estero dell’audiolibro.

Il panorama editoriale italiano presenta molteplici differenze rispetto a quello europeo e statunitense e queste sono ulteriormente marcate se si guarda più precisamente al mercato dell’editoria sonora.

Diversamente da quanto è accaduto nei paesi con mercati editoriali più maturi, infatti, in Italia solo da qualche anno si è cominciato a parlare di audiolibri e, nonostante la crescente e ormai apprezzabile offerta di titoli, l’editoria sonora continua a essere considerata un aspetto marginale dell’editoria nel complesso, con uno scarso potenziale di mercato.

Per avere percezione della dimensione del ritardo italiano, basta osservare i dati riguardanti i titoli disponibili; negli Stati Uniti sono reperibili sul mercato circa 25.000 titoli, in Gran Bretagna circa 15.000, in Germania 17.000, in Francia 2.500. In Italia, secondo quanto sottolineato dall’Associazione Editori Audiolibri²⁴, la disponibilità si aggira intorno a solamente 200 opere.

²³ Daniel Pennac, *Come un romanzo*, Feltrinelli, 1993

²⁴ A.A.A Audiolibri, *mercato cercasi*, comunicato stampa del 23 aprile 2008, disponibile sul sito www.aedaudiolibri.it

Per comprendere le peculiarità della situazione italiana, è utile e interessante stabilire un confronto con le realtà estere, e per questo verrà successivamente considerato il mercato degli audiolibri nei Paesi nei quali questo prodotto è maggiormente diffuso, ovvero Stati Uniti, Inghilterra e Germania.

2.1. Il mercato negli Stati Uniti

Gli Stati Uniti sono, in assoluto, la nazione che può vantare la maggiore diffusione degli audiolibri. Fra i vari segmenti dell'industria editoriale infatti, il settore dell'editoria sonora è quello che fa registrare l'incremento annuale più consistente.

L'inizio di quello che sarà poi uno sviluppo sempre più fiorente è da collocarsi negli anni '60, con la pubblicazione, inizialmente dedicata alle persone con problemi di vista, dei primi LP contenenti la registrazione di opere teatrali, radiofoniche e di poesia.

Un forte impulso si registra a cavallo tra gli anni '80 e gli anni '90, quando il settore inizia ad affermarsi nella sua specificità e autonomia rispetto all'editoria cartacea, soprattutto grazie alla spinta proveniente dai consumatori che, per ragioni di aggiornamento professionale, ma anche per finalità educative e di intrattenimento, hanno potenziato la domanda di audiolibri.

Proprio a metà degli anni '80, e più precisamente nel 1987, si colloca, inoltre, la nascita dell'Audio Publisher Association (APA).

L'APA è un'associazione commerciale no profit che raggruppa gli editori statunitensi di audiolibri, costituita allo scopo di fungere da connettore tra i propri membri, e di promuovere iniziative ed attività per rinforzare e accelerare la crescita dell'industria degli audiolibri²⁵.

L'azione di questo ente per promuovere l'affermazione dell'audiolibro tra il pubblico attraverso la pubblicità, indagini sui consumi e iniziative come l'APAC²⁶ (conferenza annuale dell'APA) e gli Audie Awards²⁷, si è rivelata cruciale.

²⁵ *AboutAPA*, disponibile sul sito www.audiopub.org

²⁶ Conferenza annuale dell'Audio Publisher Association

²⁷ Competizione attraverso la quale viene premiato annualmente il migliore audiolibro tra i finalisti di ben 30 categorie.

In anni più recenti, e più precisamente nel 1999, ad avere un effetto che può definirsi moltiplicatore e che ha coinvolto l'intero settore degli audiolibri, sia negli Stati Uniti che in Inghilterra, è stata la pubblicazione dell'audiolibro del primo episodio della serie di Harry Potter²⁸.

La versione integrale di *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*²⁹, letto dal narratore Jim Dale (che presterà poi la propria voce anche per i successivi episodi) ed edito dal colosso editoriale Random House, ha superato, nonostante il costo non esiguo di \$ 49.95, il milione di copie vendute in un solo anno.

Questo successo grandioso, dovuto principalmente alla fama di cui già godevano le avventure del maghetto e alla destinazione verso un pubblico molto giovane, e da presumersi quindi maggiormente predisposto all'ascolto, non solo ha accompagnato anche i successivi audiolibri della saga, ma ha fornito una spinta decisiva all'intero settore editoriale.

I risultati a livello di fatturato globale del settore cominciano infatti a essere rilevanti, tanto che nel 2000 le vendite hanno superato i quattro miliardi di dollari.

Per avere un'idea della pervasività attuale di questo prodotto, è utile fare riferimento ai dati diffusi proprio dall'APA tramite due ricerche; la prima, risalente al 2006 e relativa ai consumatori e la seconda, del 2007, relativa invece alle vendite.

L'*Audiobook Market Survey: Customer Profile, Usage Patterns and Experiences*³⁰, pubblicata nel settembre del 2006, è una ricerca il cui scopo è stato quello di indagare le scelte dei consumatori di audiolibri per comprenderne il comportamento.

L'indagine, commissionata dall'APA al centro di ricerca InfoTrends, ha intervistato un campione di 3646 consumatori statunitensi attraverso un sondaggio in rete, per un periodo di tempo compreso tra il 12 ed il 21 maggio 2006.

²⁸ Serie letteraria fantasy ideata e creata dalla scrittrice britannica Joanne Kathleen Rowling.

²⁹ Il titolo originale, *Harry Potter and the Philosopher's Stone*, è stato cambiato perchè secondo gli editori non avrebbe immediatamente suggerito un'impressione di magia e fantasia.

³⁰ *Audiobook Market Survey: Customer Profile, Usage Patterns and Experiences* (InfoTrends, 2006), dal sito www.audiopub.org

I fruitori di audiolibri, rispetto alle precedenti indagini, ne emergono così descritti: “*younger listeners, split evenly between male and female, who live in slightly larger households (many with children) and command a higher income than has been reported in previous surveys. Audiobook listeners also have more education and buy and read more printed book than non-listeners, thus proving that audiobook listeners are well-read and ardent fans of both the spoken and the written word*”³¹.

Il profilo che viene tracciato è perciò molto positivo: chi ascolta audiolibri è un individuo tendenzialmente giovane (44,7 anni, rispetto ai 46,9 rilevati dalle precedenti indagini), con un buon reddito e un alto livello di istruzione (l’83,9% ha frequentato il college, mentre la corrispondente percentuale della precedente rilevazione si attestava al 71,3%).

Ancora più positivo è il riferimento al fatto che i fruitori di audiolibri si rivelano anche lettori di libri stampati più assidui rispetto a coloro che non ascoltano audio books; il 94,3% degli intervistati ha dichiarato di avere letto un libro stampato nell’ultimo anno, mentre la percentuale di coloro che non ascoltano audiolibri è del 69,9%. Questo dato, che peraltro trova riscontro anche in altre ricerche a livello europeo, è la conferma tangibile dell’infondatezza dei timori di coloro i quali vedono l’audiolibro come un avversario del libro cartaceo, e non come ulteriore modo di fruire un prodotto editoriale.

Un altro dato che parla da sé e risulta assolutamente significativo per comprendere l’entità della diffusione degli audiolibri negli Stati Uniti è quello che indica che “*nearly one in four Americans have listened to an audiobook in the past year*”³²; il 24,6% della popolazione americana ha ascoltato almeno un audiolibro nell’anno precedente alla ricerca.

³¹ “Giovani ascoltatori, equamente distribuiti tra uomini e donne, che vivono in case più grandi (molti con bambini) e dispongono di un reddito maggiore rispetto a quanto rilevato dalle precedenti indagini. I fruitori di audiolibri hanno una formazione maggiore e comprano e leggono più libri in versione cartacea rispetto a coloro che non leggono, confermando in questo modo che coloro che ascoltano audiolibri sono istruiti e appassionati *fans* sia della parola “parlata” sia di quella scritta”.

³² “Quasi un americano su quattro ha ascoltato un audiolibro nel corso dell’anno precedente”.

L'indagine sulle vendite condotta l'anno successivo e pubblicata nell'agosto 2007³³, sempre su commissione dell'APA, aveva come fine la raccolta di dati allo scopo di misurare la crescita dell'industria degli audiolibri, ed è stata affidata alla Lewis & Clark Research .

Il lasso di tempo preso in considerazione dalle ricerche, alle quali hanno preso parte trenta case editrici associate all'APA, è l'anno compreso tra il 1 gennaio e il 31 dicembre 2006 .

I dati raccolti tramite queste indagini hanno mostrato che l'incremento delle vendite si attesta al 6% in più rispetto a quanto rilevato l'anno precedente, per un ammontare nelle vendite di audiolibri stimato attorno ai 923 milioni di dollari; inoltre, hanno permesso di tracciare le caratteristiche che rendono il prodotto maggiormente appetibile per il mercato.

Innanzitutto, il CD si conferma il formato più richiesto: costituisce infatti il 77% delle vendite, rispetto al 74% dell'anno precedente, al 63% del 2004 e al 45% del 2003.

Proporzionalmente inverso è il trend delle audiocassette, in continua e ormai inarrestabile decrescita; questo formato rappresenta solo il 7% delle vendite del 2006, rispetto al 16% del 2005, e rispetto alle percentuali di addirittura 30% e 45%, registrate rispettivamente nel 2004 e nel 2003.

Altri formati, come ad esempio il download, si affermano di pari passo con l'aumento della diffusione delle nuove tecnologie, e in particolare di strumenti come l'I-pod e i lettori mp3; nel 2006 il download rappresenta il 14% delle vendite, in confronto al 9% del 2005 e al 6% del 2004.

Considerando invece il target, l'indagine sottolinea come la maggior parte degli audiolibri continui a essere destinata a un pubblico di fruitori adulti, che infatti costituiscono ben l'87% delle vendite.

La percentuale di audiolibri dedicata a bambini e ragazzi costituisce il restante 13%; questo dato rappresenta una leggera flessione rispetto alla tendenza registrata l'anno precedente, ma mostra comunque un incremento rispetto ai dati raccolti nel 2004, anno in cui il mercato dedicato a bambini e ragazzi si attestava intorno al 7%.

Considerando i canali di vendita, le vendite indirizzate alle biblioteche riflettono una larga porzione del mercato, equivalente al 32%, con un trend crescente (nel 2005 era pari al 28%) che supera,

³³ 2007 APA Sales Survey, dal sito www.audiopub.org.

anche se di poco, le vendite al dettaglio, che ammontano al 30%. Le vendite all'ingrosso costituiscono il 15% del mercato, mentre il 10% delle vendite di audiolibri proviene dal download.

Per quanto riguarda le preferenze dei consumatori, emerge chiaramente la predilezione per le versioni integrali, che sono la versione registrata del contenuto originale dell'opera cartacea, (71%) rispetto a quelle ridotte, che sono, invece, una versione riassunta del testo originale (26%), nonché per la narrativa, che si ritaglia una fetta di mercato che raggiunge la percentuale del 69%.

Alan L. Kaye, direttore della Roddenbery Memorial Library del Cairo e collaboratore del *Library Journal*, in un articolo pubblicato nel maggio 2008 proprio su quest'ultima rivista e intitolato significativamente *Audio 2008: Audio Fixation*³⁴, nel commentare i risultati dell'indagine dell'APA appena considerata, rintraccia come motivazioni ultime del successo degli audiolibri negli Stati Uniti due elementi, ovvero il ruolo svolto dalle biblioteche nella diffusione e promozione degli audiolibri e la pervasività del digitale e in particolare del formato mp3.

Le biblioteche svolgono infatti un ruolo cruciale nel rendere gli audiolibri maggiormente appetibili per i frequentatori, ad esempio dando loro maggior visibilità attraverso la collocazione in zone strategiche dell'edificio, o tramite l'introduzione di *listening* all'interno dei club dedicati ai libri, molto diffusi negli Stati Uniti.

Le biblioteche costituiscono quindi il luogo d'incontro ideale tra offerta e domanda per quanto concerne gli audiolibri; Richard di Russo, manager dello sviluppo delle collezioni presso la pubblica biblioteca di Pima County in Tuscon, Arizona, afferma in proposito che “*the impetus for us to acquire audiobooks is driven by library users. They want and use them at a phenomenal rate, and we're striving to meet their needs*”³⁵.

L'offerta delle biblioteche riesce ad essere così importante proprio perché è bilanciata, sul versante opposto, da una richiesta sempre crescente da parte dei fruitori.

³⁴ *Audio 2008: Audio Fixation – Whatever your device, there will be lots of audio content to download now that libraries are in tune*, articolo di Alan L. Kaye, pubblicato su *Library Journal*, il 15/05/2008.

³⁵ “La spinta verso l'acquisto di audiolibri proviene dai frequentatori delle biblioteche. Li richiedono e li usano con una frequenza straordinaria, e ci sforziamo di andare incontro ai loro bisogni”.

Facendo nuovamente riferimento all'indagine dell'APA del 2006, infatti, si può osservare come, all'interno del 25% di statunitensi che avevano dichiarato di aver ascoltato almeno un audiolibro nell'anno precedente, ben il 50% aveva richiesto l'audiolibro in prestito a una biblioteca.

Le biblioteche statunitensi, inoltre, svolgono un ruolo pionieristico anche per quanto riguarda la digitalizzazione, che è, come precedentemente anticipato, il secondo elemento che Kaye sottolinea come decisivo per la diffusione massiccia degli audiolibri.

Secondo Giovanna Mannino, *assistant director of information technologies and collection* presso la Los Angeles Public Library, “*patron flexibility is a component of the digital allure*”³⁶; l'avvento del digitale permette alle biblioteche di estendere il proprio servizio anche a chi non ha la possibilità di muoversi da casa o a coloro i quali, per ragioni di distanza o di orari, riscontrerebbero difficoltà nel raggiungere fisicamente la biblioteca.

Altro vantaggio del *downloadable audio* è la non fisicità: i *files*, in quanto immateriali, non necessitano di essere spediti, né di essere collocati negli scaffali, e questo permette di risparmiare spazio nonché di evitare i costi di immagazzinamento; non possono andare perduti o essere danneggiati e, soprattutto, non sono vincolati ad uno spazio fisico.

Anche Michael Ciccone, *associate director for collections* presso la District of Columbia Public Library, sostiene che i file digitali siano più semplici da gestire rispetto ai “*tangible items*”, e prevede che in un futuro prossimo il divario digitale sarà finalmente superato, rendendo i file scaricabili la scelta ottimale sia per le biblioteche sia per i frequentatori di queste ultime.

A fare da ponte tra questi due formati ce n'è un terzo, anch'esso molto diffuso nelle biblioteche americane e molto richiesto: il Playaway. Il Playaway è un audiolibro integrato in un lettore digitale, che può essere restituito all'azienda una volta che se ne sia ascoltato il contenuto, con la possibilità di acquistare a prezzi vantaggiosi un ulteriore titolo.

Negli Stati Uniti, insomma, c'è una sintonia perfetta tra domanda e offerta del settore dell'editoria sonora, e tutto fa supporre che il trend crescente della richiesta di audiolibri non sia certo destinato

³⁶ “La flessibilità nei confronti del cliente è una componente del fascino del digitale”.

ad arrestarsi; al contrario, la maggior familiarità con le nuove tecnologie e la necessità, propria della contemporaneità, di tenersi costantemente aggiornati professionalmente e di essere capaci di attuare il *multitasking*, costituirà una spinta ulteriore per l'audiolibro.

2.2. Il mercato in Inghilterra

La situazione del mercato in Gran Bretagna non è molto differente da quella statunitense.

Per quanto riguarda, infatti, il profilo dei fruitori e in generale la domanda da parte del pubblico relativamente ai titoli, i due mercati sono molto simili, e si può perciò rimandare al capitolo sul mercato editoriale statunitense per delineare le tendenze del panorama inglese.

Allo stesso modo, si può ragionevolmente ritenere di poter progressivamente sovrapporre il mercato inglese dell'audiolibro a quello americano, pur con le dovute proporzioni, anche per quanto riguarda il trend crescente delle vendite, viste le rapidissime evoluzioni registrate negli ultimi anni, nonostante esistano solo pochi dati a riguardo relativamente agli ultimi anni e non ricerche approfondite come quelle condotte invece negli Stati Uniti.

Le proiezioni realizzate nel 2000 dalla Spoken Word Publishing Association (la cui denominazione è stata cambiata in The Audiobook Publishing Association nel 2004, dal momento che ormai il termine "audio book" è universalmente diffuso), mostravano già un incremento del 30 % rispetto alle precedenti rilevazioni, risalenti al 1997.

Questo dato, già otto anni fa, faceva intravedere l'enorme potenziale del mercato britannico.

Nonostante nel 2000 la distanza tra le vendite negli Stati Uniti e quelle in Gran Bretagna fosse considerevole, con le prime che superavano di quattordici volte le seconde, l'ultimo dato

disponibile, risalente al 2006 e diffuso dall'Audiobook Publishing Association³⁷, mostra il record di vendite del Regno Unito, che ha guadagnato in questo settore 71,4 milioni di sterline.

Nel contesto britannico operano attualmente nel settore numerose case editrici.

Tra le più importanti si possono annoverare la *BBC Audiobooks* che, grazie alla qualità e alla varietà dei contenuti offerti, ha vinto per sei volte il premio "Audio Publisher of the Year" e che, nel 2000, ha superato le 500.000 copie vendute per il romanzo in quindici cassette o compact disc *This Sceptred Isle*; e la Naxos Audiobooks, società a carattere discografico che offre un'amplessima gamma di opere, prevalentemente classici, che spaziano dalla narrativa alla poesia alla letteratura per bambini e ragazzi.

2.3. Il mercato in Germania

Lo sviluppo del mercato dell'audiolibro in Germania è la storia di un successo che cresce anno dopo anno. Al momento sono disponibili circa 17000 audiolibri, circa 500 case editrici sono attive sul mercato dell'audiolibro e secondo i dati del commercio librario tedesco la crescita è stimata intorno al 20% l'anno, e da qualche tempo è ormai stabile³⁸.

Il 2006 non ha fatto eccezione: l'azienda per le ricerche di mercato Media Control GfK International ha constatato un aumento del fatturato del 17,4%, e rimane esclusa da questa percentuale la distribuzione negli ipermercati dell'elettronica, nei discount e nelle stazioni di servizio. Sempre nello stesso anno, i titoli sonori hanno costituito il 4,2% del fatturato editoriale complessivo, con un trend di crescita rispetto all'anno precedente dell'1,7%.

³⁷ www.theapa.net

³⁸ <http://www.goethe.de/wis/med/dos/hoef/itindex.htm>

I titoli più richiesti sono stati *Harry Potter e il principe mezzosangue*, letto da Rufus Beck, la riduzione vocale del Bestseller di Frank Schätzing *Der Schwarm* e la lettura delle lettere di Mozart da parte di Klaus Maria Brandauer.

Gli audiolibri più venduti raggiungono ormai quote di vendita che non temono il confronto con i bestseller su carta stampata o con i dischi di musica.

Ich bin dann mal weg, ad esempio, racconto di Hape Kerkeling sul suo pellegrinaggio a Santiago de Compostela, ha venduto più di 100.000 copie.

Secondo un'indagine del gruppo che all'interno dell'Associazione dei Librai Tedeschi riunisce le case editrici di audiolibri, le librerie ben fornite restano la via di distribuzione preferenziale per gli audiolibri, mentre il volume d'affari dovuto ai download in rete è meno dell'uno per cento; probabilmente però quest'ultimo aspetto è destinato a cambiare.

Il successo così forte degli audiolibri sul mercato tedesco è, però, venato da una nota d'amaro: la loro vendita è aumentata con proporzioni così importanti principalmente perché si è agito sulla leva del prezzo, che rimane una delle chiavi per la diffusione di un prodotto, specialmente se è legato alla tecnologia; come confermato da un'indagine di mercato dell'associazione che riunisce le case editrici di audiolibri, nel 2006 più di un terzo delle case editrici ha abbassato i prezzi consigliati.

Appare interessante la scelta di molte testate giornalistiche che, per rafforzare il loro marchio, dopo il libro stampato hanno "scoperto" anche l'audiolibro, fornendo un canale ulteriore alla diffusione popolare.

Praticamente non c'è una collezione che costi più di dieci euro per titolo, cosa che, se da un lato attrae gli acquirenti, preoccupa dall'altro le case editrici, anche perché, di contro, aumentano gli investimenti necessari per il marketing, i compensi per gli interpreti e le licenze. Alcune case editrici prevedono già che presto il mercato si consoliderà e i venditori non saranno più in grado di far fronte alla concorrenza e ai costi crescenti.

Al momento, però, i segnali sono contrari e, così, il mercato si presenta come connotato da varietà di forma e contenuti.

Inoltre, è aumentata l'offerta di audiolibri da parte delle case editrici per bambini e ragazzi: è infatti la clientela dei giovani che fa ben sperare il settore dell'audiolibro in Germania.

Secondo una statistica dell'associazione di categoria Boersenverein des Deutschen Buchandels, il 68,2% dei ragazzi ascolta audiolibri, e la percentuale sale fino all'88% considerando i bambini di età compresa tra i 5 e i 9 anni; di questi il 64% trova che gli audiolibri siano "molto cool".

2.4. Uno sguardo al panorama europeo

Si è potuto osservare finora quali siano i Paesi in cui esiste un mercato forte dell'audiolibro. Rivolgendo l'attenzione al contesto europeo, si può notare come ormai da qualche anno l'editoria sonora si sia aperta un varco e si stia consolidando, con esiti talvolta sorprendenti, anche in Inghilterra e in Germania, che possono vantare il più grande mercato di audiolibri di tutta l'Unione Europea. Negli ultimi anni però, forti segnali di cambiamento stanno iniziando a provenire anche dalla realtà scandinava e da quella francese, che stanno vivendo un momento di grande espansione, e per le quali si può ipotizzare un allineamento con le nazioni precedentemente illustrate.

3. Il mercato italiano dell'audiolibro

Come anticipato nel precedente capitolo, il mercato editoriale italiano costituisce un'anomalia rispetto agli altri Paesi europei e ancora di più rispetto agli Stati Uniti.

Se in altri paesi, come per l'appunto e in particolare USA e Germania, gli audiolibri rappresentano un mercato fiorente e parallelo a quello cartaceo, lo stesso non può dirsi osservando la situazione italiana, che percorre anche in questo settore un tracciato visto di frequente per altre novità legate al digitale.

Attualmente l'audiolibro è un supporto scarsamente conosciuto o, quando conosciuto, considerato, in un'ottica limitata e limitante, solo come strumento destinato a persone impossibilitate ad approcciarsi alla lettura comunemente intesa.

Questo modo di intendere l'audiolibro, e cioè come destinato quasi esclusivamente a un mercato di nicchia costituito principalmente da non vedenti e dislessici, costituisce un pregiudizio culturale difficile da eliminare in Italia, mentre all'estero ormai da tempo gli audiolibri hanno superato la loro funzione esclusiva di strumento di accesso e opportunità altrimenti negata o quasi alla cultura per persone affette da handicap visivi e hanno raggiunto il grande pubblico.

Negli ultimi anni, però, qualcosa si sta muovendo nelle acque immobili dell'editoria sonora in Italia; si è passati da qualche timido e spesso fallimentare tentativo di inserire questo prodotto sul mercato a una sua maggiore diffusione e promozione.

3.1. L'evoluzione storica dell'audiolibro

Per avere un ritratto preciso della situazione è necessario risalire a ritroso fino alle prime apparizioni degli audiolibri sulla scena del nostro mercato, collocabili negli anni '60 e '70, quando sono stati pubblicati e venduti in tirature limitate LP e cassette contenenti le registrazioni di opere letterarie, e in particolare di poesie, recitate da attori famosi, come Vittorio Gassman e Arnoldo Foà.

Successivamente in Italia l'audiolibro si è affermato quasi esclusivamente come prodotto destinato ai bambini; le fiabe ridotte, accompagnate dagli album a stampa e vendute nelle edicole, pubblicate da Fabbri editori e da De Agostini, sopravvivono ancora oggi come prodotto di largo consumo.

A partire dagli anni Settanta, la produzione e distribuzione degli audiolibri ha avuto impulso a partire dall'iniziativa delle organizzazioni dei non vedenti, che hanno adottato questo strumento per offrire la libertà di documentarsi e accedere alla cultura alle persone per le quali è impossibile fare questo attraverso la lettura tradizionale; in prima linea in questa attività sono state in particolare l'Unione Italiana Ciechi e, a partire dagli anni '80, il Centro Internazionale del Libro Parlato.

Anche negli altri paesi la possibilità di sopperire alle difficoltà o all'impossibilità di lettura è stato il motore iniziale per la diffusione dell'audiolibro; nel nostro Paese, però, esso sembra rimanere relegato solo in questo ambito.

Sempre negli anni Settanta è collocata un'importante iniziativa della Mondadori: nel 1976 è stato realizzato un progetto strutturato in nove collane, diretto da Vittorio Sereni e curato da letterati del calibro di Dante Isella, Elena Croce e Pietro Gibellini e che per la lettura delle opere, comprendenti sia poesia che narrativa, si è avvalsa della voce di attori come Tino Carraro e Franco Parenti.

Nonostante i nomi prestigiosi coinvolti e la consistente campagna promozionale, però, l'iniziativa non ha avuto il successo sperato.

Negli anni '90, sotto la spinta della nuova tecnologia portata con sé dal CD, si sono poi avute alcune interessanti ma isolate iniziative, come ad esempio le letture, in versione ridotta, di opere come *Và dove ti porta il cuore* di Susanna Tamaro, letto dall'attrice Piera degli Esposti e pubblicato da Baldini & Castoldi, o come *Il Piccolo Principe* di Antoine de Saint-Exupéry, adattato e letto dal cantautore Fabio Concato.

A cavallo tra il 1996 e il 1997 la De Agostini ha pubblicato una raccolta, in CD e cassetta, dal titolo "*Ti racconto i classici*", con la lettura di brani di romanzo da parte di attori affermati; Intermedia ha proposto circa cinquanta opere di autori come Hermann Hesse e Isabel Allende con una collana

intitolata “*I grandi romanzi in audiolibro*” e racconti di autori come Giovanni Verga, Guy de Maupassant e Edgar Allan Poe nella parallela collana “*I grandi classici in audiolibro*”.

L’editore Rugginenti, inoltre, aveva proposto novelle e poesie della letteratura italiana, mentre poesie a contenuto religioso erano state pubblicate dalle edizioni Paoline.

Le motivazioni dello scarso successo di queste iniziative, secondo Maurizio Falghera, presidente della casa editrice Il Narratore, sono da ricercarsi, oltre che nelle limitate tirature, nella distribuzione frammentaria e nella totale assenza di pubblicità e di una qualsiasi impostazione di marketing, anche e principalmente nella resistenza culturale che gli audiolibri hanno incontrato da parte di diversi attori dell’arena editoriale.

Questa visione pessimista sia dell’offerta editoriale sia della domanda è però attenuata dallo stesso Falghera, che nel medesimo articolo accenna a un possibile cambiamento dello scenario, preannunciato dalla sempre maggior diffusione e dal successo crescente di iniziative che prevedono la lettura ad alta voce, come gli incontri con gli scrittori che leggono al pubblico le proprie opere, o la popolarità di trasmissioni radio dedicate all’ascolto di letteratura.

3.1.1 La lettura ad alta voce in radio: le trasmissioni *FantasticaMente* e *Ad alta voce*

A questo proposito vanno necessariamente ricordate due trasmissioni in particolare, ovvero *Ad alta voce* di Radio Rai 3 e *FantasticaMente* di Radio Rai 1.

Ad alta voce è una trasmissione de Il Terzo anello di Radio Rai 3, che va in onda dal lunedì al venerdì, al mattino dalle 9.00 alle 9.30 e al pomeriggio dalle 14.00 alle 14.30, e che propone in versione ridotta un classico della letteratura ogni mese, per un totale di dodici l’anno, la cui lettura, affidata a differenti autori, è accompagnata dalla grande musica di Radio 3.

FantasticaMente è un programma che va in onda da ormai molti anni il sabato mattina dalle 12.32 alle 13.59 e che, avvalendosi della collaborazione dell’Unione Italiana Ciechi e del patrocinio di

Pubblicità Progresso, ha affidato alla conduttrice Cinzia Tani la lettura dei romanzi brevi della grande letteratura italiana e internazionale, con accompagnamento musicale.

Tra gli audiolibri, che si possono ascoltare in streaming o scaricare sul proprio computer, si trovano racconti e opere di autori classici, come Luigi Pirandello, Anton Cechov, Charles Dickens e molti altri, nonché una raccolta di audiofiabe dedicata al pubblico dei più piccoli.

La trasmissione ha avuto notevole seguito, nonostante la sua destinazione, almeno originariamente, fosse indirizzata perlopiù all'utenza disagiata dei non vedenti, raccogliendo consensi e aiutando nella divulgazione dell'audiolibro.

3.2. Lo scenario degli ultimi anni

Ulteriori cambiamenti si sono avuti in anni ancora più recenti: le letture ad alta voce hanno ormai raggiunto lo status di eventi, come è evidente dal successo delle *lecturae Dantis* tenute da Vittorio Sermoni e, successivamente e con ancor maggiore successo di pubblico, da Roberto Benigni; sembra profilarsi in maniera sempre più definita lo scenario adeguato affinché anche nel nostro Paese possa crearsi un mercato dell'editoria sonora autonomo rispetto all'editoria cartacea e ad essa parallelo.

Nel 2006 si è avuta la significativa esperienza de La Repubblica e L'Espresso, che hanno commercializzato, attraverso la rete delle edicole, una serie di audiolibri alla quale è stato dato il nome di "*Lecture*": dodici audiolibri, con uscita settimanale, realizzati in collaborazione con l'editore Full Color Sound.

Come prima uscita è stato scelto *Un filo di fumo* di Andrea Camilleri, letto da Fiorello e accompagnato dalle musiche di Enrico Rava, Olivia Sellerio, Pietro Leveratto e Paolo Damiani; una scelta di sicuro impatto, visto il riscontro di pubblico di cui godono sia lo scrittore sia lo showman. Anche i titoli seguenti hanno potuto fare affidamento sulla popolarità degli autori dell'opera e dei

narratori che a queste hanno prestato la loro voce: ad esempio *Ecco la storia* di Daniel Pennac letto da Claudio Bisio, *Baldanders* di Stefano Benni dallo stesso autore, *Bartleby lo scrivano* inciso dalla conduttrice e autrice tv Serena Dandini.

Nel 2007 Fazi editore ha pubblicato *Cento colpi di spazzola prima di andare a dormire* di Melissa Panariello, letto dalla sua stessa autrice.

La versione sonora di alcuni bestseller è stata prodotta, sempre lo stesso anno, da Mondadori; tra questi, *Il professionista* di John Grisham, le *Poesie d'amore* di Hikmet Nazim e *Il cacciatore di aquiloni* di Hosseini Khaled.

Nel 2008, sempre per Mondadori, Roberto Saviano ha letto il suo romanzo-inchiesta *Gomorra*, pubblicato in sette CD.

Le case editrici Piemme e Magazzini Salani hanno indirizzato parte della loro attività nella pubblicazione di audiolibri per bambini e ragazzi; la prima cura l'edizione sonora dei vari titoli di Geronimo Stilton, mentre la seconda ha pubblicato gli episodi della saga di Harry Potter.

Fin qui si sono visti i casi che hanno avuto maggior successo tra il pubblico e che hanno attirato maggiormente l'attenzione mediatica; il consenso ottenuto da queste proposte, dovuto principalmente al grande riscontro già ottenuto in precedenza dalle versioni cartacee, è stato però smorzato dal carattere frammentario e occasionale della produzione.

3.3. L'offerta di audiolibri nel panorama editoriale italiano

Nonostante rimanga una realtà poco nota, anche in Italia da qualche anno sta aumentando l'offerta di audiolibri, grazie alla tenacia e all'intraprendenza di alcune piccole case editrici che hanno deciso di indirizzare i loro sforzi nella produzione e diffusione degli audiolibri.

Good Mood Edizioni Sonore, ad esempio, è nata nel 1990 come società di edizioni musicali, ma già nel 1996 si è occupata della produzione di due audiolibri per Baldini&Castoldi, ovvero *Và dove ti porta il cuore* di Susanna Tamaro, letto da Piera degli Esposti e *Nico e i suoi fratelli*, scritto e

interpretato dal trio comico Aldo, Giovanni e Giacomo. Nel 2005 avvia la produzione della collana Fiabe in auto, della quale fanno attualmente parte cento titoli, di cui trenta in lingua straniera, e alla quale ha fatto seguito, nel 2007, la collana Libri in auto, alla quale collaborano case editrici importanti come ETAS, Marsilio Editore e Rizzoli.

Il format e la destinazione di questi prodotti sono già dichiarati nel nome stesso della collana, così come è definita la produzione di un'altra casa editrice sonora, ovvero la EDB, che si occupa dell'edizione di audiolibri a sfondo religioso.

Recitar leggendo dal 2004 offre nel suo catalogo le opere principali dei più grandi autori della letteratura italiana, tra i quali Dante, Petrarca e Boccaccio, letti dalla voce di Claudio Carini, curatore del progetto e attore di prosa.

Ai grandi testi della letteratura classica Gneusz Cl'Audio Editore affianca testi che hanno goduto di minor successo ma meritano di essere riscoperti, come ad esempio alcuni racconti degli scapigliati Iginio Ugo Tarchetti e Arrigo Boito.

3.3.1. Le principali case editrici

Oltre a quelle appena citate, tra le case editrici che operano in questo settore meritano attenzione particolare le tre che, nell'aprile 2008, hanno dato vita all'AEDA, l'Associazione Editori Audiolibri: Il Narratore, Edizioni Full Color Sound ed Emons Audiolibri.

Il Narratore

Il Narratore nasce a Vicenza da un'idea di Maurizio Falghera e Cristiana Giacometti che, nel 1997, avevano fondato l'omonima associazione culturale allo scopo di realizzare il progetto sperimentale di diffondere letteratura "ad alta voce" attraverso internet.

Sul sito internet dell'associazione, infatti, è stato reso disponibile un archivio audio gratuito, attraverso il quale poter scaricare sul proprio computer molti titoli e brani della letteratura classica e moderna, sia italiana che straniera; questo archivio, che contiene un'ampia gamma di testi, continua

ancora oggi ad essere arricchito, e tra le ultime letture introdotte ci sono testi come la Dichiarazione sulla razza e i pregiudizi razziali, la Convenzione ONU – UNICEF per la difesa dei Diritti dei bambini, la Carta dei diritti fondamentali dell’Unione Europea e la Costituzione della Repubblica Italiana, per la quale Il Narratore ha ricevuto un riconoscimento da parte del Presidente della Repubblica.

Nel 2006 l’associazione è stata sciolta ed è stata creata la casa editrice, con un conseguente rinnovamento sia per quanto riguarda le professionalità coinvolte, sia per l’organizzazione, gli investimenti ed i piani editoriali.

La produzione de Il Narratore era inizialmente rivolta al mercato straniero, e più precisamente ai paesi anglofoni come Stati Uniti e Australia, dai quali provenivano forti segnali di interesse nei confronti della lingua e della letteratura italiana e nei quali l’audiolibro costituiva, come già detto, anni fa una realtà consolidata.

Attualmente, invece, la casa editrice può vantare nel suo ampio e composito catalogo un’offerta di circa novanta titoli, prevalentemente presentati in versione integrale e letti dalla voce di un unico narratore, che comprendono classici della narrativa e della poesia italiane, opere di letteratura straniera, titoli per bambini e ragazzi e una selezione di testi di religione, scienza e filosofia.

I criteri di scelta dei titoli sono condizionati dai sondaggi effettuati on-line presso gli utenti internet e dai suggerimenti di critici e letterati, ma la decisione di concentrarsi, soprattutto inizialmente, sui grandi classici della letteratura italiana come *I promessi sposi*, *La coscienza di Zeno*, *Uno nessuno e centomila*, e straniera, come i romanzi di Robert L.Stevenson, Johann Wolfgang Goethe e Joseph Conrad è stata dettata dalla consapevolezza che la richiesta da parte degli utenti è quella di ascoltare storie belle, famose e di grandi autori del passato e del presente, che continuano a essere lette da un ampio pubblico e che sono anche oggetto di studio nelle scuole e nelle università. A questa produzione più classica e “conservatrice” inizia ad affiancarsi anche l’apertura verso opere e racconti di autori contemporanei.

Emons audiolibri

Di più recente costituzione è l'italo-tedesca Emons Audiolibri, che nasce come emanazione nel nostro Paese della casa editrice Emons, fondata a Colonia 23 anni fa.

Il direttore editoriale, Viktoria Von Schirach, dopo avere lavorato per molti anni come scout di titoli italiani da pubblicare in Germania, sostiene che non esistono grandi differenze tra il pubblico tedesco e quello italiano, e che quindi la scarsa diffusione dell'audiolibro in Italia potrebbe essere ricondotta a circostanze casuali, superabili con una buona offerta.

Come Il Narratore, anche Emons Audiolibri opta per la lettura affidata a un narratore unico e per l'assenza di accompagnamento musicale, sia di musiche di sfondo che di intermezzo tra un capitolo e l'altro, per favorire un rapporto maggiormente diretto tra il narratore e l'ascoltatore; fa eccezione solo la collana dedicata ai ragazzi, nella quale sono inseriti degli stacchi musicali tra i capitoli.

Inoltre, ove possibile, Emons Audiolibri affida la lettura dei testi agli autori stessi; secondo il direttore editoriale Viktoria Von Schirach, infatti, *“un romanzo letto dal suo autore ha comunque un valore in sé, perché è un documento unico. Crediamo poi che la partecipazione con cui un autore legge il suo libro conferisca alla lettura una dimensione in più che nessun lettore professionale può raggiungere, e che l'interpretazione dell'autore sia sempre autorevole. Ci piace anche che ci sia una maggiore autenticità, dovuta all'inflessione della voce, al suo colore unico, e pensiamo che sia più piacevole sentire una lettura magari non perfetta e asettica, ma viva come quando un amico ti legge un testo che gli sta a cuore³⁹”*. Così Gianrico Carofiglio ha letto il suo *Testimone inconsapevole*, Giuseppe Culicchia *Torino è casa mia*, Melania G. Mazzucco *Vita*, Francesco Piccolo *L'Italia spensierata* e Sandro Veronesi *Caos Calmo*.

³⁹ *Audiolibri all'arrembaggio*, intervista a Wuz, 21 marzo 2008, disponibile su www.wuz.it

Quando invece la narrazione ad alta voce non può essere effettuata dall'autore dell'opera, la scelta del narratore è fatta ricadere su noti attori e attrici che, grazie alle doti comunicative e alla professionalità, siano in grado di fornire interpretazioni intense e appassionate, ma prive di retorica; così a Marina Massironi è stata affidata la lettura di *Pippi Calzelunghe*, e Margherita Buy e Giulio Scarpati hanno prestato la loro voce rispettivamente a *Mal di pietre* di Milena Agus e a *Ulisse. Il mare color del vino* di Giovanni Nucci.

Attualmente i titoli offerti da Emons sono disponibili solo su CD audio, ma a breve la casa editrice renderà possibile scaricare dal proprio sito le opere in formato mp3; per Natale 2008, inoltre, sono in preparazione una serie di lettori mp3 che contengono un testo registrato, come avviene già nei paesi anglosassoni con il Playaway.

Full Color Sound

La terza casa editrice che ha preso parte alla costituzione dell'AEDA è la romana Full Color Sound. Quest'ultima si differenzia dalle precedenti principalmente per due aspetti, ovvero per il fatto che si occupa esclusivamente di narrativa breve, producendo così audio racconti, e per la scelta di accompagnare la narrazione con uno sfondo musicale, cercando di ottenere una fusione tra musica e letteratura.

Tra i titoli prodotti da Full Color Sound si possono citare *San Isidro Futbol* del messicano Pino Cacucci letto da Valerio Mastandrea e accompagnato dalle musiche di Javier Giroto, *Ecco la storia* di Daniel Pennac letto da Claudio Bisio e musicato da Paolo Silvestri, *Marcovaldo* di Italo Calvino narrato dalla voce di Marco Paolini sulle note dei Tanit, che fanno parte delle dodici *Lecture* pubblicate nel 2006 in collaborazione con L'Espresso e La Repubblica

La produzione di questa casa editrice è distribuita nelle librerie da Giunti, ma può essere anche acquistata on-line o scaricata in formato mp3.

3.4. AEDA: l'Associazione Editori Audiolibri

Un ulteriore segnale del fatto che anche nel nostro Paese la situazione sta iniziando a evolvere è stato la recentissima costituzione dell'Associazione Editori Audiolibri (AEDA), presentata a Roma, presso la Casa delle Letterature, il 23 aprile di quest'anno.

All'Associazione hanno dato vita le tre principali case editrici di audiolibri, le italiane Il Narratore e Full Color Sound e l'italo-tedesca Emons Audiolibri.

La scelta del 23 aprile come data per la presentazione ufficiale non è stata lasciata al caso, ma è motivata dal fatto che in quel giorno si celebra la Giornata internazionale del libro: l'intento dell'Associazione, infatti, non è quello di presentare l'audiolibro come un prodotto alternativo al tradizionale libro cartaceo, ma piuttosto di sottolineare come anche questo sia uno strumento per diffondere letteratura e quindi cultura, e di potenziare quindi un segmento dell'editoria che in Italia non conosce ancora grandi fortune.

La volontà delle tre case editrici è appunto quella di sfatare il pregiudizio che vede gli audiolibri come prodotti ad uso esclusivo di persone con problemi di vista o con difficoltà di approccio alla lettura, e di affermarli nella loro specificità di strumenti che contribuiscono alla diffusione della cultura permettendo, anzi, la fruizione di un'opera letteraria anche in momenti nei quali non sarebbe possibile la lettura tradizionale.

Fermamente convinti del potenziale di questo strumento, i tre editori facenti parte della neo-costituita associazione si sono prefissi l'obiettivo di procedere alla promozione dell'editoria sonora, attraverso una serie articolata di iniziative, come ad esempio convegni, conferenze, seminari e reading, nonché attività didattiche e di formazione, in contatto con la realtà delle scuole e con quella delle associazioni e degli enti che si occupano dei portatori di handicap visivi o di persone, in particolare bambini, con difficoltà di apprendimento.

La prima iniziativa della quale l'AEDA si è resa protagonista è stata la presenza alla Fiera internazionale del libro di Torino, tenutasi nel capoluogo piemontese dall'8 al 12 maggio, con uno stand che, oltre a ospitare la produzione editoriale degli associati, ha proposto reading, dibattiti e incontri con gli autori, allo scopo appunto di avvicinare il pubblico a un modo di fare e proporre letteratura ancora misconosciuto.

In quest'occasione, inoltre, l'Associazione si è presentata al pubblico attraverso un incontro-spettacolo dal titolo *Audiolibro Mon Amour - Nuove frontiere dell'editoria*, moderato e condotto da Bruno Gambarotta, al quale hanno partecipato autori come Giuseppe Culicchia, Tiziano Scarpa, Andrea Vitali e attori come Marina Massironi, David Riondino e Grazia Mandruzzato, da tempo convinti e attivi sostenitori dell'editoria sonora, che hanno tenuto brevi letture.

3.5. Dati relativi alle vendite in Italia

Mentre negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, a fronte dell'importante e sempre crescente diffusione dell'audiolibro, sono state create apposite associazioni (The Audiobook Publishing Association in Inghilterra e Audio Publisher Association in USA) che si occupano, attraverso ricerche di mercato, di misurare l'andamento del mercato e i gusti e le abitudini di fruizione dei consumatori, in Italia, al contrario, non esistono indagini sull'argomento. Ciò è ovviamente dovuto alla scarsa diffusione del mezzo, combinata con gli enormi costi che le ricerche di mercato richiedono e che le renderebbero possibili solo alle grandi case editrici che però, come si è notato, sono scarsamente interessate, quando non avverse, almeno per ora, agli audiolibri.

Per cercare di ovviare alla difficoltà di reperimento di dati, ed avere una percezione il più possibile aderente alla realtà della diffusione del mezzo in Italia, è stato di fondamentale importanza l'aiuto fornito dalle tre principali case editrici del settore.

Emons Audiolibri, Full Color Sound e Il Narratore hanno dato la loro disponibilità e il loro contributo fornendo i dati di vendita a loro disposizione.

Di seguito sono riportati i dati concessi dalle tre case editrici, osservando i quali è possibile cercare di individuare quelli che possono essere fattori di successo necessari a creare attorno al prodotto l'interesse e l'attenzione del, finora, tiepido pubblico italiano.

La casa editrice Il Narratore ha messo a disposizione nel suo catalogo, per quanto riguarda la produzione in CD/CDmp3, 43 titoli a fronte dei 34 disponibili l'anno precedente, iniziando ad allineare la produzione a quelle che sono le attese per il futuro, cioè la pubblicazione di un titolo al mese. Nel 2007 le copie vendute in Italia sono state 9.500 e all'estero 1000, per un totale di 10.500 titoli. Sempre considerando i titoli su supporto fisico, le copie vendute nel 2008, osservando il periodo compreso tra l'inizio dell'anno e il 20-10 (giorno in cui sono pervenuti i dati) sono state in totale 11.100, di cui 10.500 vendute in Italia e 600 all'estero.

Per quanto riguarda i circa 80 titoli disponibili per il download dal sito de Il Narratore, nel 2007 i titoli acquistati in mp3 sono stati 2.275, mentre fino all'ottobre del 2008 1.752.

I dati pervenuti da Emons audiolibri considerano invece le vendite a partire dall'uscita dei primi audiolibri, avvenuta nel dicembre del 2007; le copie vendute in totale al 21-10 di quest'anno sono 23.050, su una tiratura di 34.500 (escludendo *Un amore di zitella* di Andrea Vitali e *Il trattamento Ridarelli* di Roddy Doyle)⁴⁰. I titoli che hanno ottenuto il maggiore successo sono stati *Testimone inconsapevole* di Gianrico Carofiglio, letto dall'autore, e *Pippi Calzelunghe*, letto dall'attrice Marina Massironi (entrambi 5000 copie). Seguono *Caos Calmo* di Sandro Veronesi (3.600 copie) e *Mal di Pietre* di Milena Agus (3.500).

La casa editrice Full Color Sound ha reso disponibili sia i dati relativi alle vendite avvenute attraverso le librerie e on-line, sia quelli riguardanti le vendite attraverso il canale edicola, risalenti alla collaborazione con L'Espresso e La Repubblica. Per quanto riguarda le vendite attraverso librerie e rete, i titoli che hanno ottenuto maggiore successo sono stati *Donne dagli occhi grandi* di Angeles Mastretta, che ha venduto 9.000 copie, seguito a ruota dalle 8.600 copie di *Un filo di fumo* di Andrea Camilleri, e con un distacco maggiore dalle 6.400 di *Marcovaldo* di Italo Calvino e le

⁴⁰ L'uscita dei due titoli risale al 20 ottobre, cioè un giorno prima dell'invio dei dati; si conoscono perciò solo le tirature, che ammontano a 4.000 copie per *Un amore di zitella* e a 3.000 copie per *Il trattamento Ridarelli*

5.000 di *Ecco la storia* di Daniel Pennac. Parzialmente diversi sono stati gli esiti delle vendite delle uscite in edicola: il titolo di *best seller* lo guadagna in questo caso *Un filo di fumo* di Camilleri, che ha venduto 93.000 copie, al quale seguono *Ecco la storia* di Pennac con 40.000 copie e *Marcovaldo* con 35.000.

Osservando questi dati, si possono fare alcune considerazioni: innanzitutto, emerge chiaramente come incentivo all'avvicinamento all'audiolibro il fatto che il titolo proposto sia un classico della letteratura o un'opera contemporanea che abbia però goduto di un discreto successo già in versione cartacea. Entrambi questi elementi sembrano fungere da "garanzia" della validità del prodotto. Un ulteriore fattore di successo (ancora potenziale in verità) sembra poi essere dato dalla celebrità della voce narrante; se a questo si abbina la precedentemente accennata "celebrità" dell'opera, si riesce a capire con facilità il successo riscosso dal testo di Pennac o di Camilleri⁴¹.

Per quanto riguarda la distribuzione, si può notare che il download resta ancora scarsamente esplorato dall'utenza, anche se è prevedibile che la situazione evolva in questi tempi, mentre l'audiolibro tenta di affacciarsi timidamente da canali, per altri prodotti ormai consolidati, come le librerie e la vendita on-line. Un canale che, visti i discreti successi ottenuti da Full Color Sound, potrebbe portare all'attenzione del grande pubblico l'audiolibro, contribuendo alla sua diffusione, è quello delle edicole. Considerato in genere un canale al quale approdano prodotti che hanno trovato scarso riscontro attraverso altri canali, l'edicola potrebbe invece rivelarsi per un mezzo come l'audiolibro un utile trampolino di lancio.

⁴¹ *Ecco la storia* di Pennac è stato letto da Bisio, mentre *Un filo di fumo* di Camilleri da Fiorello.

4. L'audiolibro come strumento compensatorio

L'audiolibro, come visto fino ad ora, è un prodotto che non vuole porsi come alternativa al libro cartaceo o come suo surrogato; non è da considerarsi né un antagonista del libro tradizionale né una sua riduzione, ma come un differente modo di fruire della letteratura: un'opzione di lettura, insomma.

È proprio questa la visione che le case editrici che si occupano della produzione di audiolibri stanno cercando di promuovere, puntando sulla riscoperta del piacere dell'ascolto e sui vantaggi offerti da un mezzo che, per essere fruito, non richiede un coinvolgimento di tutte le facoltà, ma permette, al contrario, di accompagnare lo svolgimento di altre attività.

Finora, insomma, si è cercato di valorizzare l'esperienza dell'ascolto come alternativa e non sostituzione della lettura; il fruitore di audiolibri considerato fino a questo momento ha la possibilità di scegliere liberamente i mezzi e i canali attraverso i quali avvicinarsi alla letteratura.

Ci sono però casi nei quali l'accesso alla cultura non può che avvenire attraverso l'ascolto, e non si può perciò prescindere, analizzando questo medium, dal grandissimo valore che racchiude in sé per le persone che hanno difficoltà o impossibilità ad accedere alla letteratura attraverso il testo scritto, ovvero per coloro che hanno disabilità visive, motorie o difficoltà dell'apprendimento.

4.1. L'audiolibro e le disabilità visive

Bisogna innanzitutto ricordare che l'audiolibro, a differenza di altri prodotti, cresce principalmente sotto la spinta proveniente dal mondo della disabilità, e più nello specifico da ipovedenti e non vedenti.

Il soddisfacimento della richiesta di avere l'opportunità, che in linea di principio dovrebbe essere indiscutibile e garantita a tutta la popolazione, di avere libero accesso alla cultura è sempre stato garantito dalle associazioni che si occupano di disabilità; in particolare in Italia, dove, come si è

visto, la produzione degli audiolibri è appena agli albori, queste associazioni continuano a svolgere un ruolo di fondamentale e imprescindibile importanza.

Ciò che differenzia il nostro Paese dagli altri presi in considerazione nei precedenti capitoli è il fatto che, mentre all'estero l'audiolibro ha ricevuto un impulso iniziale come sussidio alle difficoltà di lettura, ma si è in seguito emancipato da quest'unico ruolo, affermandosi parallelamente come prodotto editoriale, in Italia fino a pochi anni fa l'offerta è rimasta esclusivamente nelle mani di queste associazioni, poiché le case editrici tradizionali non si sono mai interessate al settore dell'editoria sonora, ritenendola un settore di nicchia e in quanto tale non in grado di garantire ritorni economici tali da meritare investimenti e promozione.

4.1.1. Le caratteristiche del libro parlato

Gli audiolibri, o "libri parlati", come spesso vengono chiamati in questo contesto, prodotti dagli enti e dalle associazioni che si occupano di disabilità differiscono sotto vari aspetti da quelli che, da qualche anno a questa parte, vengono pubblicati dalle case editrici specializzate.

Innanzitutto si tratta di organizzazioni senza scopi di lucro, la cui esistenza e le cui attività sono rese possibili dal contributo di persone che prestano un servizio di volontariato, e in quanto tale ovviamente gratuito.

L'obiettivo che anima queste realtà è quello di garantire ai loro utenti l'accesso alla cultura e all'informazione: accesso che essi si vedrebbero altrimenti negato, in una società basata sulle immagini e nella quale l'attenzione verso la disabilità è sempre troppo scarsa.

L'esigenza è perciò quella di registrare quanti più titoli possibili, in modo da cercare di coprire al meglio la richiesta degli associati e garantire loro un'ampia possibilità di scelta.

Una simile possibilità è resa possibile grazie all'operato dei cosiddetti *donatori di voce*.

Con questo termine vengono indicati quei volontari che, a titolo gratuito e mossi da altruismo e generosità, prestano la loro voce per la registrazione di opere letterarie. Non si tratta perciò di attori

o narratori professionisti, ma di persone comuni che decidono di dedicare una parte del loro tempo all'attività di registrazione dei libri parlati, recandosi presso le sedi degli enti che erogano il servizio oppure usando l'apparecchiatura necessaria per registrare in casa propria.

4.1.2. Gli enti e le associazioni che forniscono audiolibri ai disabili visivi

Numerose sono le organizzazioni operanti su tutto il territorio nazionale che si occupano di registrare e distribuire, ai soggetti che ne hanno diritto, i libri parlati.

Il Progetto Lettura Agevolata

Il Progetto Lettura Agevolata, patrocinato dal Comune di Venezia, è un servizio nato nella primavera del 2000 con il duplice obiettivo di facilitare l'accesso alla cultura e all'informazione delle persone con ridotte capacità visive attraverso indicazioni sugli strumenti utili e di sensibilizzare la collettività sui temi legati alla minorazione della vista, coinvolgendo più specificatamente quei soggetti, come editori, enti locali, insegnanti e associazioni di volontariato che, attraverso il loro operato contribuiscono all'accrescimento culturale e all'integrazione dei disabili della vista. È un servizio che si articola in diversi ambiti operativi, uno dei quali è l'informazione e la diffusione delle metodologie di lettura alternative a quella tradizionale. In questo ambito si collocano gli audiolibri o, come spesso vengono chiamati nel contesto della disabilità, i libri parlati. Uno degli scopi del progetto è perciò quello di fare conoscere i diversi enti che offrono il servizio di registrazione e di distribuzione di questi strumenti, indispensabili per consentire la lettura a coloro che non possiedono la vista.

Il Centro Nazionale del Libro Parlato

Tra questi va innanzitutto ricordato il Centro Nazionale del Libro Parlato (CNLP), istituito nel 1957 e attraverso il quale l'Unione Italiana Ciechi offre la registrazione e il prestito di audiolibri a non vedenti e ipovedenti.

Il Centro ha sede a Roma, ma l'organizzazione si dispiega su tutto il territorio nazionale attraverso i tredici centri regionali e interregionali di distribuzione. Per poter accedere ai servizi offerti dal Centro, è necessario che l'interessato compili una domanda di iscrizione, reperibile presso i diversi Centri di distribuzione o presso la sede centrale dell'UIC, e la presenti successivamente al Centro competente in relazione alla residenza del richiedente. Il catalogo del Centro, che viene aggiornato mensilmente, conta attualmente oltre diecimila opere di qualsiasi genere, registrate sia su cassetta che su cd-rom; questi testi vengono registrati da speaker professionisti, e sono perciò catalogati come opere di I° livello. Il Centro offre però anche il servizio di registrazione su richiesta dell'utente, e in questo caso a prestare la voce sono dei volontari: queste registrazioni sono perciò catalogate come opere di II° livello, e dal momento che è importante la richiesta proveniente da parte di studenti, a questi ultimi viene data la precedenza nella registrazione. Sia il servizio di prestito che il servizio di registrazione su richiesta sono completamente gratuiti.

Il Libro Parlato Lions

Nel 1975 è stato creato invece, su iniziativa del Lions Club di Verbania, il *Libro Parlato Lions*, con il finanziamento della "Fondazione Robert Hollman", al quale a partire dal 1984 si sono aggiunti i contributi annuali dei Lions di Piemonte, Liguria e Val d'Aosta. Quest'iniziativa andava ad accompagnare la produzione della Nastrobiblioteca dell'Unione Italiana Ciechi di Roma, introducendo però l'innovazione della registrazione su audiocassetta anziché su bobina. I Lions sono stati i primi a sostituire la cassetta, più pratica ed economica, alla bobina e agli ingombranti magnetofoni; attualmente la registrazione avviene anche su cd in formato mp3. Attualmente le iniziative del Libro Parlato Lions sono finanziate dai contributi liberali di associazioni, fondazioni, enti e privati, e si basano principalmente sull'operato di volontari; il servizio di prestito erogato è gratuito, e le attività si svolgono presso le tre sedi nazionali: il Centro operativo di Chiavari, istituito nel 1988, che copre le richieste provenienti dalla Liguria, il Centro operativo "Romolo Monti" di Milano, che serve gli utenti della Lombardia e della provincia di Piacenza, e infine la sede "Robert Hollman" di Verbania, che serve i disabili visivi del restante territorio nazionale e dell'estero.

Il Centro Internazionale del Libro Parlato

A Feltre ha invece sede il Centro Internazionale del Libro Parlato, fondato nel 1983 con lo scopo di aiutare i non vedenti e gli ipovedenti ad accostarsi allo studio.

Il Centro è nato come emanazione della comunità montana feltrina, dall'idea del fondatore Gualtiero Munerol che, avendo la responsabilità del sistema bibliotecario di Feltre e avendo visto l'esito molto positivo riscosso dall'iniziativa di mettere a disposizione degli utenti delle biblioteche una sala di ascolto musicale per accompagnare lo studio all'ascolto di musica, ha iniziato a pensare alle esigenze culturali dei non vedenti. È nata quindi la nastroteca, che nel giro di pochi anni, a fronte delle numerose richieste, è cresciuta fino a raggiungere l'attuale ammontare di circa 13000 opere, con un incremento annuale di circa mille opere su audiocassetta e circa 800 su cd-rom. Una simile offerta è resa possibile dai donatori di voce, che sono circa trecento, sparsi su tutto il territorio nazionale. Chiunque può aspirare a diventare donatore di voce, purché possieda una lettura "chiara, espressiva, non declamatoria, né troppo veloce né troppo lenta", sia dotato di apparecchiatura digitale adatta a permettere una registrazione pulita e priva di rumori di fondo (a questo scopo è necessario possedere un personal computer con masterizzatore dotato di microfono esterno o di cuffia microfono, o un registratore vocale digitale su memoria solida) e si dichiari disponibile a dedicare a quest'attività almeno quattro ore alla settimana.

Per essere selezionati è necessario inviare un provino audio contenente la lettura, priva di intervalli musicali o di stacchi di altro tipo, di almeno cinque minuti di parlato; la registrazione deve essere in formato digitale file mp3 e può essere inviata via e-mail o spedita su CD.

In seguito alla valutazione positiva del provino da parte del personale incaricato, al donatore di voce vengono forniti tutti gli strumenti necessari alla creazione di una registrazione gradevole e usabile.

Il numero dei donatori di voce attivi presso il Centro ha raggiunto in passato le cinquecento unità, e ha seguito una leggera flessione nel passaggio da analogico a digitale, poiché non tutti i volontari sono riusciti a passare dalla registrazione su cassetta a quella su supporto digitale.

Il catalogo comprende opere di diverso genere, tra cui anche best seller e premi letterari, oltre alla registrazione di audio riviste. La maggior parte della produzione del Centro si concentra però sulla registrazione di testi di studio su richiesta degli studenti delle scuole di ogni ordine e grado. Allo scopo di ottenere una lettura il più possibile efficace, e un conseguente ascolto piacevole, il Centro assegna i testi ai donatori tenendo conto delle loro competenze e dei loro interessi.

4.1.3 Altri enti e associazioni che forniscono audiolibri ai soggetti non vedenti e ipovedenti

Altre organizzazioni che offrono gratuitamente il prestito di audiolibri sono le Biblioteche Civiche Torinesi, che offrono un catalogo di circa 6000 opere, la nastroteca dell'Istituto dei ciechi "Francesco Cavazza", che oltre che mettere a disposizione dell'utenza circa 700 opere, offre il servizio di registrazione su richiesta, e la Nastroteca del Movimento Apostolico Ciechi, attiva da oltre trent'anni, che offre un catalogo di circa 7000 opere, prevalentemente di cultura religiosa, distribuite su tutto il territorio nazionale.

Per concludere, si può dire che, nonostante esista una differenza qualitativa tra la registrazione effettuata da un volontario con il proprio computer e quella effettuata nello studio di registrazione di una casa editrice specializzata nella produzione di audiolibri da un lettore professionista, il lavoro svolto da queste organizzazioni di volontariato è preziosissimo, soprattutto a fronte di un mercato editoriale ancora molto arretrato, perché garantisce ai soggetti con minorazioni della vista l'accesso all'informazione, in un mondo in cui questa è trasmessa perlopiù attraverso le immagini.

4.2. L'audiolibro e la dislessia

Si è visto come l'audiolibro costituisca, per i soggetti ipovedenti e non vedenti, un supporto indispensabile per poter accedere alla letteratura.

Esistono però altri casi nei quali leggere attraverso l'ascolto può rivelarsi una facilitazione fondamentale e benefica: si tratta dei disturbi specifici dell'apprendimento e, più specificatamente, della dislessia.

4.2.1. I disturbi specifici dell'apprendimento

I disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) sono così chiamati in quanto riguardano alcune abilità specifiche che non permettono una completa autosufficienza nell'apprendimento, dal momento che le difficoltà si sviluppano sulle attività che coinvolgono la trasmissione della cultura: in questi disturbi, che spesso si presentano accompagnati tra loro, rientrano infatti la disortografia (ovvero un disturbo nella velocità e nell'accuratezza della scrittura, che si manifesta con frequenti errori ortografici), la disgrafia (una difficoltà esecutiva del tratto grafico tale da rendere il testo incomprensibile anche allo scrivente), la discalculia (una difficoltà nell'automatizzazione di semplici calcoli e delle tabelline e nella manipolazione dei numeri e dei segni aritmetici) e, appunto, la dislessia.

4.2.2. La dislessia: una definizione

The International Dyslexia Association⁴² la definisce così: *“Dyslexia is a language-based learning disability. Dyslexia refers to a cluster of symptoms, which result in people having difficulties with specific language skills, particularly reading. Students with dyslexia usually experience difficulties*

⁴² “What is dyslexia?”, <http://www.interdys.org>

with other language skills such as spelling, writing, and pronouncing words. Dyslexia affects individuals throughout their lives; however, its impact can change at different stages in a person's life. It is referred to as a learning disability because dyslexia can make it very difficult for a student to succeed academically in the typical instructional environment, and in its more severe forms, will qualify a student for special education, special accommodations, or extra support services"⁴³.

La dislessia, quindi, è un disturbo che coinvolge la capacità di leggere e scrivere in modo automatico e fluente; il soggetto dislessico incontra difficoltà nell'automatizzare il processo di interpretazione dei segni grafici, e questa difficoltà si manifesta con un deficit nella velocità e nell'accuratezza della lettura che si ripercuote, nella maggioranza dei casi, sulla comprensione del testo.

La dislessia perciò non impedisce in assoluto di leggere, ma richiede l'impegno di tutte le capacità ed un dispendio di energie da parte dell'individuo nell'operazione di trascodifica tale da causargli rapidamente stanchezza, da indurlo a commettere errori e, di conseguenza, rendergli difficoltose la comprensione e l'apprendimento.

4.2.3. Le conseguenze sul piano dell'apprendimento e sul piano psicologico

Si può immaginare con facilità l'esito che un simile disturbo può avere in particolare nei bambini e nei ragazzi in età scolastica, dato che l'apprendimento avviene tradizionalmente, nel nostro sistema scolastico, attraverso il canale della letto-scrittura. Il bambino dislessico si trova già dai primi anni di scuola a dover fronteggiare una situazione di difficoltà e di disagio, dal momento che non riesce ad accedere all'apprendimento con la stessa facilità dei coetanei. La dislessia, perciò, oltre a

⁴³ "La dislessia è un disturbo dell'apprendimento basato sul linguaggio. La dislessia concerne un insieme di sintomi, che si manifestano nei soggetti sotto forma di difficoltà nei confronti di specifiche abilità del linguaggio, in particolare la lettura. Gli studenti dislessici generalmente incontrano difficoltà anche in altre abilità del linguaggio, come l'ortografia, la scrittura e la pronuncia delle parole. La dislessia interessa gli individui per tutta la vita; tuttavia, il suo impatto può cambiare a differenti livelli nel corso della vita di una persona. Vi si fa riferimento come a un disturbo dell'apprendimento perché la dislessia può rendere davvero difficile a uno studente proseguire accademicamente nella scuola tipicamente strutturata, e nelle sue forme più severe può rendere necessario per lo studente un percorso formativo speciale, con facilitazioni e supporti".

provocare conseguenze sul piano dell'apprendimento, ha risvolti, potenzialmente pericolosi, anche sul piano psicologico. Infatti, nonostante l'origine neurobiologica, indipendente cioè da fattori psicologici e ambientali, questo disturbo ha ripercussioni negative sull'autostima del bambino che ne è affetto e sulla formazione della sua personalità.

Le prestazioni altalenanti, gli insuccessi scolastici e le reazioni negative di insegnanti e genitori che ad essi si accompagnano possono indurre nel bambino una sorta di "rassegnazione appresa": il disagio di sentirsi diverso dai coetanei e la frustrazione di non riuscire a corrispondere le aspettative degli educatori, spesso sentendosi colpevolizzato e accusato di non impegnarsi a sufficienza, o additato come "indietro", possono tradursi in apatia, chiusura in se stesso, disturbi del comportamento, mancanza di voglia di riscattarsi e atteggiamento di ostilità e disinteresse nei confronti di qualunque attività richieda impegno.

Conseguenze tanto negative possono essere evitate attraverso una diagnosi, possibilmente efficace e tempestiva, che deve essere fatta dalle figure professionali specialiste (neuropsichiatra infantile, psicologo, logopedista) attraverso specifici test.

Il riconoscimento tempestivo del disturbo, infatti, permette che si mettano in atto il prima possibile *"aiuti specifici, tecniche di riabilitazione e di compenso, nonché alcuni semplici provvedimenti come la concessione di tempi più lunghi per lo svolgimento dei compiti, l'uso della calcolatrice e del computer"*⁴⁴. Dal momento che l'apprendimento, per il bambino dislessico, non può e non deve considerarsi precluso, è necessario che gli vengano forniti gli strumenti e gli ausili necessari per poter imparare, anche se in modo differente rispetto agli altri.

4.2.4. Un aiuto per l'apprendimento: il doppio canale di esposizione

Una facilitazione fondamentale è costituita dal fatto di creare l'accesso all'apprendimento, anziché tramite il canale della letto-scrittura, attraverso un'altra modalità, ovvero il canale orale. Quando

⁴⁴ "Come si affronta", dal sito dell'AID Associazione Italiana Dislessia (www.aiditalia.org)

infatti l'informazione viene fornita oralmente, i bambini dislessici riescono a comprenderla e a gestirla; e se lo scopo dell'istituzione scolastica è proprio quello di trasmettere informazioni e rendere gli individui in grado di elaborarle e di gestirle, allora è necessario che ci si focalizzi su questo risultato, allenando la capacità di gestire l'informazione orale, senza che l'importanza dei metodi di apprendimento tradizionali venga anteposta alla necessità e al diritto del bambino di apprendere.

Lettura e scrittura non possono e non devono, però, essere espunte dalla vita del dislessico, ed è necessario evitare il rischio che le difficoltà oggettive che incontra in queste attività lo portino a rifiutarle. Per abilitare alla letto-scrittura, deve anzi essere favorita l'esposizione alla lingua scritta, in modo da arricchire l'esperienza linguistica e sviluppare la capacità di strutturare il testo. Una condizione facilitante per il raggiungimento di questo scopo è il doppio canale di esposizione, ovvero l'esposizione al testo sia attraverso il canale scritto sia attraverso il canale orale; il bambino ascolta il testo e al tempo stesso lo legge attraverso gli occhi.

4.2.5. Gli strumenti per il doppio canale di esposizione: i software di gestione della sintesi vocale

Per ottenere la doppia esposizione si possono utilizzare diversi strumenti. Tra questi rientrano ad esempio i software di gestione della sintesi vocale, che permettono di importare un testo nel computer e di ascoltarlo tramite la lettura di una "voce", ovvero la sintesi vocale.

La sintesi vocale è l'applicativo che trasforma il testo in audio; una buona sintesi vocale riesce a simulare adeguatamente la lettura umana.

Affinchè il testo possa essere letto attraverso la sintesi vocale, è necessario che sia in formato digitale. Se è in formato cartaceo deve perciò essere prima acquisito attraverso uno scanner, che ha lo scopo di trasformare il documento cartaceo in immagine all'interno del computer. L'immagine deve poi essere tradotta in testo digitale attraverso l'utilizzo di un software OCR (Optical Character

Recognition); risulta molto importante disporre di un OCR di buona qualità, per evitare errori di trascrizione che complichino ulteriormente il processo di trascodifica da parte del soggetto dislessico.

I libri digitali, o e-book, possono invece essere direttamente importati nel software di gestione della sintesi vocale.

Esistono svariati software gestori di sintesi vocale, alcuni dei quali scaricabili gratuitamente dalla rete; sul sito internet dell'AID⁴⁵ sono ad esempio segnalati i programmi gratuiti Balabolka e DSpeech. Allo stesso modo sono reperibili in rete delle voci da abbinarvi; il problema è che spesso le sintesi vocali sono di scarsa qualità, e per un dislessico ascoltare una cattiva lettura non è utile. Allo stesso modo, l'interfaccia dei gestori gratuiti è piuttosto scarna e scarsamente accattivante, e per un bambino sono importanti l'immediatezza e la facilità d'uso, magari accompagnate da una grafica accattivante che ne faciliti l'approccio e risulti piacevole.

Corrispondono a queste caratteristiche i più noti gestori di sintesi vocale, commercializzati dalla *software house* Cooperativa Anastasis⁴⁶, pensati appositamente per aiutare i ragazzi che hanno una diversa modalità di apprendimento, e quindi calibrati sulle loro specifiche esigenze: si tratta di SuperQuaderno, Carlo II e Carlo Mobile.

SuperQuaderno è pensato per l'utenza più giovane, e si presenta perciò con un'interfaccia molto semplice e intuitiva, che lo rende facile all'uso anche per soggetti che si confrontano per la prima volta con il computer e con la scrittura. Il bambino ha un feedback immediato riguardo la correttezza di quanto scrive, sia per mezzo dell'ascolto della sintesi vocale, che favorisce il consolidamento della consapevolezza fonologica e della corrispondenza fonema/grafema, sia grazie alla peculiare funzione del software che permette che alla parola scritta compaia l'immagine associata; la caratteristica di utilizzare sia il canale uditivo che quello visivo stimola l'interesse e la curiosità da parte del bambino, per il quale la scrittura diventa un'esperienza gratificante, e che è stimolato a scrivere con impegno per ottenere il feedback dell'immagine corrispondente. Altrettanto

⁴⁵ www.aiditalia.org

⁴⁶ www.anastasis.it

avviene per quanto riguarda la lettura, dal momento che è possibile importare qualunque testo in SuperQuaderno e ascoltarne la lettura attraverso la sintesi vocale, ottenendo la “magia” di vedere comparire le immagini, che possono essere cambiate e incrementate dall’utente, in modo da rendere il programma personalizzato e l’esperienza di lettura ancora più piacevole.

Carlo II è invece più adatto ad una fascia di scolarizzazione intermedia. Possiede, oltre alle funzionalità tipiche dei programmi di videoscrittura, una serie di funzionalità aggiuntive che semplificano e supportano la scrittura dei testi e la loro rilettura. Considerando esclusivamente la possibilità di leggere attraverso l’ascolto, si possono sottolineare alcune funzioni molto vantaggiose che questo software presenta per un ragazzo dislessico: l’utente, oltre a poter ovviamente importare qualunque testo, può decidere velocità, pause e modalità di lettura del testo; può fermare la lettura, tornare indietro o andare avanti parola per parola o paragrafo per paragrafo, o scegliere di leggere solo le parti evidenziate del testo. Carlo II inoltre utilizza la sintesi vocale di nuova generazione Loquendo, le cui ultime versioni sono emozionali e multilingue, e possiedono perciò un’inflessione piuttosto naturale e una discreta approssimazione nella pronuncia quando cambia la lingua. La riproduzione delle caratteristiche acustiche della voce umana costituisce un grande vantaggio in termini di gradevolezza.

Infine, Carlo Mobile è calibrato sulle esigenze di adolescenti e adulti; racchiude in un’unica interfaccia una molteplicità di applicazioni. Come per SuperQuaderno e Carlo II è possibile impostare la velocità e i parametri di lettura, ma come funzionalità aggiuntiva è possibile mantenere funzionante il programma anche senza la visualizzazione e riducendolo a icona, permettendo una fruizione molto discreta e “invisibile”. Carlo Mobile possiede poi un “filtro pdf”, che permette la lettura scorrevole dei libri digitali (che sono appunto generalmente in formato pdf) attraverso l’eliminazione nella lettura delle pause non utili alla comprensione del testo.

I software fin qui presentati rivestono un ruolo di fondamentale importanza per l’autonomia del bambino e del ragazzo dislessico, che attraverso il loro utilizzo sono messi nelle condizioni di poter

leggere indipendentemente quanto scritto da loro o qualunque testo decidano di copiare nel programma.

4.2.6. Gli strumenti per il doppio canale di esposizione: l'audiolibro

La consapevolezza, che va via via consolidandosi, dell'utilità di affiancare alla lettura tradizionale il supporto audio ha portato, nel settembre 2006, alla costituzione di BiblioAID, la biblioteca digitale dell'Associazione Italiana Dislessia "Giacomo Venuti", nata con lo scopo di fornire ai ragazzi dislessici i libri di testo scolastici anche in formato digitale (ovvero in pdf) oltre che in formato cartaceo, per garantire anche a loro il diritto allo studio. BiblioAID, grazie alla collaborazione degli editori aderenti all'accordo (al quale hanno preso parte 19 gruppi editoriali per un totale di 99 case editrici), fornisce agli utenti una copia in cd-rom dei libri di testo, che possono in questo modo essere fruiti attraverso un programma di sintesi vocale. Il servizio è disponibile online su tutto il territorio nazionale, ed è erogato dietro la presentazione della certificazione attestante la dislessia e l'impegno ad acquistare anche la versione cartacea del testo.

Anche l'audiolibro permette sia di fruire l'opera attraverso la modalità orale, ovvero attraverso l'ascolto, sia di utilizzare il doppio canale di esposizione. Rispetto alla sintesi vocale, inoltre, l'audiolibro, essendo registrato da una voce "vera", presenta caratteristiche di fluidità ed espressività che anche la migliore delle sintesi vocali non può raggiungere.

L'efficacia del libro parlato nei confronti dei bambini e ragazzi dislessici è stata dimostrata da una ricerca condotta presso l'Irccs "Eugenio Medea" di Bosisio Parini, in provincia di Lecco, e presentata lo scorso maggio⁴⁷.

L'indagine, finalizzata a rilevare i benefici dell'utilizzo di testi su supporti di tipo informatico a vantaggio dei ragazzi affetti da dislessia, ha coinvolto quaranta ragazzi, di età compresa tra gli 11 e i 16 anni, con una diagnosi di dislessia evolutiva ricevuta presso l'Istituto stesso o presso altri centri

⁴⁷ "L'audiolibro? Funziona con i ragazzi dislessici", PressIntegrazione anno VI / n. 274

specializzati, che avevano già terminato qualsiasi forma di trattamento riabilitativo e che non avevano mai utilizzato audiolibri.

I ragazzi sono stati equamente divisi in due gruppi: i soggetti del gruppo sperimentale hanno utilizzato gli audiolibri, sono cioè state fornite loro le registrazioni dei testi scolastici di storia, geografia, scienze, antologia e un testo di narrativa, registrati dall'associazione Libro parlato Lions "Romolo Monti" di Milano, mentre i soggetti del gruppo di controllo hanno proseguito il percorso scolastico con le modalità normalmente adottate.

L'utilizzo degli audiolibri da parte dei ragazzi del gruppo sperimentale è stato monitorato durante tutta la durata della sperimentazione mediante interviste telefoniche ai genitori e ai ragazzi stessi, allo scopo di individuare eventuali difficoltà e punti di forza degli strumenti. I dati raccolti al termine della sperimentazione, elaborati ed analizzati in seguito attraverso analisi statistiche effettuate con il software Spss (Statistical package for the social sciences), hanno fornito esiti molto interessanti.

È stato innanzitutto riscontrato, utilizzando come parametro l'abilità nella lettura di un brano, un miglioramento sia in termini di correttezza sia in termini di rapidità, rispetto ai ragazzi che non avevano utilizzato l'audiolibro. Effetti positivi sono stati rilevati anche nelle valutazioni degli insegnanti, sia in relazione al rendimento sia in considerazione di aspetti più generali, come atteggiamento, motivazione e impegno nelle varie materie scolastiche. Inoltre, l'utilizzo degli audiolibri sembra aver contribuito più genericamente a un aumento del benessere dei ragazzi, in quanto è stata riscontrata una riduzione del disagio scolastico, nei confronti di compagni, insegnanti e genitori, e una riduzione dei problemi emotivo-comportamentali, emersa dall'analisi dei questionari sottoposti a insegnanti, genitori e ragazzi, sotto forma di miglioramenti significativi nella diminuzione di comportamenti aggressivi, di iperattività e deficit di attenzione e di problemi di oppositività. Si può ritenere che un uso costante e consolidato nel tempo degli audiolibri possa condurre all'ottenimento di risultati ancora più significativi e pervasivi in tutte queste variabili, che sono fondamentali e tra loro complementari nel concorrere a determinare il benessere dei ragazzi; il

miglioramento nel rendimento scolastico e il conseguente riscontro positivo da parte di insegnanti e genitori, infatti, possono condurre il bambino o il ragazzo a riacquistare fiducia in se stesso e nelle proprie capacità, con un cambiamento di approccio e di atteggiamento nei confronti dell'apprendimento in generale e delle figure che ad esso sono correlate: può crearsi così un "circolo virtuoso", che libera il soggetto da quella condizione di "rassegnazione appresa" cui in precedenza si è fatto riferimento.

L'esito positivo di questa indagine ha condotto all'attivazione, presso l'Istituto scientifico Eugenio Medea, dello sportello di consulenza "Libro Parlato", rivolgendosi al quale i ragazzi affetti da dislessia evolutiva possono ottenere testi scolastici e di narrativa in formato mp3, in modo da poter affiancare l'ascolto dell'opera alla lettura. Questo servizio, finanziato dalla Fondazione della Provincia di Lecco, dall'Associazione Lions Club Valle San Martino e dal distretto Lions 108 Ib 1, oltre a garantire l'accesso alla biblioteca online Libro Parlato Lions, che dispone di oltre settemila titoli scaricabili, prevede anche un colloquio con il ragazzo dislessico, in modo che gli vengano forniti audiolibri con caratteristiche di voce, velocità e pause il più possibile adatte alle sue capacità di lettura. È inoltre prevista, sempre presso l'Istituto di Bosisio Parini, oltre all'implementazione del sistema informatico per consentire l'accesso online alla biblioteca del Libro Parlato Lions, la registrazione di nuovi testi, dispense o altro materiale scolastico direttamente presso l'Istituto stesso, che consentirebbe di fornire ai ragazzi gli audiolibri con tempestività, facilitando in questo modo lo studio e favorendo una maggiore motivazione e fiducia nelle proprie possibilità.

4.2.7. Gli enti e le associazioni che forniscono audiolibri ai soggetti dislessici

Diversi sono gli enti e le associazioni che si occupano di fornire gli audiolibri ai soggetti affetti da dislessia; sono principalmente le stesse strutture che già da molti anni registrano e distribuiscono testi a persone con deficit visivo grave, e che da alcuni anni, da quando cioè si è iniziato a prestare attenzione ai disturbi dell'apprendimento e agli ausili che possono essere adottati in loro presenza,

hanno esteso il loro servizio anche ai dislessici, ovviamente previa la presentazione della necessaria documentazione medica attestante l'effettiva presenza del disturbo.

I tre centri italiani del Libro Parlato Lions hanno esteso ai dislessici il loro servizio di prestito, e stipulano convenzioni con numerose biblioteche statali presenti su tutto il territorio nazionale dalle quali è possibile consultare e scaricare gli audiolibri presenti nel catalogo; hanno inoltre preso parte attiva nella già menzionata sperimentazione sull'efficacia degli audiolibri in caso di dislessia svolta presso l'Irccs "Eugenio Medea" di Bosisio Parini.

Anche l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti di Brescia ha stretto un accordo con l'Associazione Italiana Dislessia.

Il centro Internazionale del Libro Parlato di Feltre, inoltre, ha avviato un "Progetto Dislessia", attraverso il quale si propone di stimolare una maggiore sensibilità sull'argomento e di diffondere la conoscenza degli strumenti utili per favorire l'apprendimento e degli ausili. Il CILP è in contatto con la sezione lombarda dell'Associazione Italiana Dislessia, che ha come presidente il dottor Enrico Profumo, uno dei massimi esperti dei disturbi dell'apprendimento in Italia. Il Centro ha inoltre recentemente stipulato una convenzione con l'Istituto agrario di Feltre, allo scopo di seguire un progetto che conduca ad una maggiore conoscenza e consapevolezza di cosa sia la dislessia, e soprattutto di come possa essere affrontata, per fare in modo che i ragazzi che ne sono toccati riescano a seguire il percorso scolastico in contemporanea con gli altri coetanei; questo progetto pilota sarà in seguito oggetto di verifica e i risultati saranno discussi in un convegno interregionale che si terrà nel mese di aprile 2009 e al quale parteciperanno operatori della scuola a diverso livello. Le stime dell'Associazione Italiana Dislessia indicano che nel nostro Paese i soggetti affetti da questo disturbo sono almeno 1.500.000; è auspicabile che alla sensibilità che in questi ultimi anni si sta vendendo a creare attorno all'argomento si accompagnino iniziative e azioni volte a promuovere e garantire il diritto di tutti questi soggetti ad apprendere.

4.3. Conclusioni

Si è osservata nelle pagine precedenti l'importante funzione che gli audiolibri, o libri parlati, rivestono per i soggetti affetti da disabilità o disturbi dell'apprendimento.

La loro utilità per i soggetti dislessici è stata verificata, ed è dato per assodato il ruolo di primaria importanza che rivestono per i non vedenti e gli ipovedenti. Nonostante questo, però, anche in questo ambito l'audiolibro non rimane esente da critiche: Aldo Gonzales, in un articolo apparso su *Corriere Braille*⁴⁸, sostiene che “oggi la produzione di libri parlati su vasta scala investe anche l'area della letteratura infantile ed ormai si assiste ad un fenomeno che dovrebbe molto preoccupare gli esperti di pedagogia: l'audiolibro destinato a giovanissimi non vedenti rischia di soppiantare pericolosamente il libro stampato in caratteri Braille”. L'autore sostiene che tra i giovani e giovanissimi non vedenti esista il rischio concreto di veder sostituita la lettura in Braille dagli audiolibri, con le conseguenze che ciò comporterebbe sul piano della formazione linguistica e lessicale del soggetto. Un timore condiviso, seppur con le dovute differenze, da tutti coloro i quali vedono con diffidenza questo mezzo.

Pur ribadendo il valore della lettura tradizionalmente intesa, e fermo restando la necessità per i non vedenti di leggere attraverso il tatto con il linguaggio braille e per i dislessici di avvicinare il più possibile il libro in formato cartaceo, è importante che il potenziale dell'audiolibro come tecnologia di supporto non venga sminuita, anzi approfondita e potenziata. Qualsiasi tecnologia assistiva, pur semplice come l'audiolibro, che renda possibile l'autonomia e la libertà di formarsi e informarsi di soggetti che rischierebbero altrimenti di rimanere in una condizione di esclusione o comunque non totale inclusione, è probabilmente da anteporre allo strenuo attaccamento ai tradizionali metodi di accesso alla cultura.

⁴⁸ Aldo Gonzales, “*Lasciamoli leggere*”: uso ed abuso dell'audiolibro, *Corriere Braille*, n. 15, 2007.

5. Interviste

Nelle pagine seguenti sono riportate le domande poste a Cristiana Giacometti, co-fondatrice della casa editrice Il Narratore, e a Gualtiero Munerol, fondatore e direttore del Centro Internazionale del Libro Parlato di Feltre.

Le interviste hanno avuto lo scopo di indagare e comprendere, attraverso la testimonianza di persone direttamente coinvolte nella produzione e diffusione del mezzo, i due differenti punti di vista attraverso i quali, come si è visto, è possibile considerare l'audiolibro: prodotto editoriale e commerciale alternativo al libro da una parte, e strumento di compensazione che sostituisce il libro dall'altra.

Le domande a Gualtiero Munerol sono state presentate attraverso un'intervista personale avvenuta il 31 ottobre di quest'anno presso la sede del CILP, mentre sono state inviate tramite e-mail a Cristiana Giacometti.

5.1. Intervista a Cristiana Giacometti

Quali motivazioni vi hanno spinto a puntare, come associazione prima e come casa editrice poi, su un prodotto ancora scarsamente conosciuto come l'audiolibro?

“Le idee nascono dalle esperienze e dalla conoscenza. Avevamo apprezzato gli audiolibri in lingua straniera, inglese, francese e tedesca per migliorare l'apprendimento e la comprensione di queste lingue straniere. Poi viaggiando, ed essendo degli assidui frequentatori di librerie e biblioteche, ci siamo incuriositi della quantità di titoli disponibili in audiobooks nei paesi come gli Stati Uniti, l'Inghilterra, l'Australia, la Germania, la Francia. Così ci siamo detti: e la lingua che viene considerata una delle più belle e musicali e antiche del mondo? la lingua italiana ? non si poteva ascoltare ed apprezzare. L'offerta italiana era veramente scarsa, stiamo parlando del 1997-1999.

Con l'avvento e il sempre maggiore utilizzo della rete ci siamo inventati di poter offrire delle buona e bella letteratura italiana in audio, attraverso un Archivio sistematico in FILES MP3. Ogni autore ha una pagina biografica, un elenco di testi disponibili con corrispondente lettura ad alta voce in file audio MP3 scaricabile dal nostro sito www.ilnarratore.com gratuitamente. Ci appassionava la novità e la possibilità di far conoscere meglio e diffondere tale prodotto, come al solito l'Italia era in ritardo ma prima o poi sarebbe arrivata anche qui la domanda. Ed eccoci qua”.

Chi acquista prevalentemente i vostri audiolibri?

“I nostri audiolibri sono acquistati da professionisti di cultura medio-alta che per motivi di tempo non riescono più a leggere molto come facevano in età di studi, e quindi amano ascoltare la letteratura quando viaggiano in auto o quando sono in palestra, fanno jogging o semplicemente lavori domestici ripetitivi o ancora per rilassarsi la sera dopo il lavoro o in generale nei momenti di relax. Ma anche alcuni disabili visivi”.

L'area della disabilità e della dislessia costituisce una fetta importante del vostro pubblico?

“Non prevalente, il nostro prodotto è rivolto a tutta la popolazione, infatti siamo partiti dall'assunto, visto che il socio fondatore aveva esperienza di narratore professionista dell'UIC (Unione Italiana dei Ciechi), che anche le persone normali e senza disabilità hanno il desiderio e il piacere di ascoltare, mentre per i primi l'ascolto di libri diventa vitale per studiare e per l'aggiornamento culturale”.

Come avviene la scelta dei titoli?

“Prima di tutto con le statistiche e i sondaggi tra i nostri ascoltatori e utenti del sito che ci rispondono sempre “il libro che avrei sempre voluto leggere, ma per qualche motivo non ho mai avuto l'occasione di leggere” e partendo dalla premessa che in lingua italiana mancava tutto, abbiamo scelto di produrre e pubblicare titoli classici antichi e moderni, e poi la scelta avviene in sintonia con i testi e la letteratura sia italiana che straniera che pensiamo sia fondamentale da ascoltare. Certo se ci fosse più collaborazione e facilità per ottenere le autorizzazioni e le negoziazioni dei diritti, la scelta potrebbe essere più vasta. In alcuni casi abbiamo degli autori

contemporanei che amano molto la lettura ad alta voce e sono nostri amici, noi apprezziamo le loro opere e quindi, come nel caso di Tiziano Scarpa, abbiamo prodotto i loro testi”.

Come avviene la scelta dei narratori?

“Siamo partiti con le voci di attori a noi vicini ed amici per poi allargare le collaborazioni ad altre voci che riteniamo, sulla base del testo da registrare, le migliori disponibili. Attualmente riceviamo in media 1-2 proposte di collaborazione al giorno da parte di professionisti della voce (attori teatrali e cinematografici, speaker radiofonici, ecc.) con relativi demo della voce. In questo modo abbiamo un notevole archivio di voci a cui attingere a seconda delle esigenze poste dalle opere in produzione (maschile/femminile, giovane/vecchia, solare/lunare, drammatica/ironica, ecc.)”.

Ritenete che accompagnare la notorietà dell'opera alla notorietà del narratore possa costituire un valore aggiunto importante per il successo di un'opera presso il grande pubblico?

“Solo se la notorietà del narratore corrisponde ad una vera professionalità e capacità di lettura e di entrare nel testo e porgerlo agli ascoltatori nel modo che riteniamo corretto; rispettando la scrittura dell'autore”.

Quali elementi potrebbero essere utili per superare le resistenze che gli audiolibri incontrano, da un lato dal grande pubblico e dall'altro dai grandi editori?

“Intraprendere tante iniziative promozionali che diano la possibilità di conoscere, provare e fare l'esperienza dell'ascolto di audiolibri. A questo proposito proprio in questi giorni è on line dal 10 novembre nel sito <http://letteratitudine.blog.kataweb.it/> un nuovo tema di dibattito fra gli utenti di questo che è uno dei più importanti blog culturali della rete italiana, diretto dal giornalista e critico letterario Massimo Maugeri. Il titolo: [Ascoltare: un modo per 'leggere' di più](#)”.

Quali sono, secondo voi, le prospettive dell'audiolibro in Italia?

“Le prospettive sono una costante crescita, lenta ma continua, ci sarà sempre più richiesta e sempre più bisogno di soddisfare una domanda crescente, come è avvenuto nel resto del mondo e nuovi editori, ma anche gruppi editoriali importanti italiani, come ha già fatto la Mondadori, cominceranno a pubblicare audiolibri, e speriamo così di poter offrire sempre nuovi titoli e un crescente ricco catalogo di libri di qualità da ascoltare”.

5.2. Intervista a Gualtiero Munerol

Quali motivazioni e quali esigenze hanno portato alla nascita del Centro Internazionale del Libro Parlato?

“C'è da fare una piccola premessa. Io avevo la responsabilità di un sistema bibliotecario feltrino che era annesso come attività culturale alla comunità montana feltrina, e avevo fondato questo sistema bibliotecario composto da tredici biblioteche periferiche che comprendono il comprensorio feltrino.

Poi, oltre alla distribuzione dei libri e a tutti i processi di catalogazione che si facevano presso il centro, è venuta l'idea di realizzare anche una sala di ascolto musicale annessa all'ambiente dove vi erano enciclopedie, opere monografiche eccetera, verso le quali tendevano i ragazzi per fare le ricerche.

Questa educazione musicale naturalmente non erano canzonette, era musica classica, sinfonica, folk, operistica, lirica e così via. Così, in contemporanea alla ricerca che facevano di studio, potevano ascoltare in cuffia quei brani che desideravano, in quanto c'era la possibilità di avere cinque uscite di musiche differenti l'una dall'altra, con ventiquattro posti a sedere. Al mattino venivano le classi accompagnate dagli insegnanti, per un'educazione vera e propria musicale, al pomeriggio invece erano gli studenti, che venivano appunto ad effettuare queste ricerche e quindi allo stesso tempo, come dicevo poc'anzi, ascoltavano la musica, in modo da rendere anche questa

ricerca meno noiosa, meno faticosa, oppure venivano anche gli appassionati della musica stessa, adulti. Non solo, ma al mattino si è visto che era molto utile l'accesso a questo ascolto musicale ai ragazzi con problematiche, la cosiddetta musicoterapia. Infatti erano persone con handicap psichici oppure motori, oppure motori e psichici insieme, che venivano accompagnate da assistenti dell'USL. Tutto questo però comprendeva solo una parte degli studenti, delle persone che avevano bisogno di acculturarsi. Una piccola premessa: io, miope fin da giovane, ho sempre risentito di questa mia miopia perchè non mi ha permesso di realizzare il mio sogno, quello di diventare pilota dell'Aeronautica militare, e allora ho pensato alle esigenze di studio di coloro i quali non vedono affatto. Ecco, da qui è nata la nastroteca.

Esistevano già l'Unione Ciechi, il Lions di Verbania che avevano delle nastroteche, però chi aveva bisogno doveva attingere ad un catalogo di opere che loro fornivano; ma persone che studiano presso diverse scuole o diverse università non usano gli stessi libri. Ecco quindi la necessità di poter realizzare registrazioni che interessassero in modo specifico il singolo studente. Però questo presupponeva non solo avere un numero elevato di persone che potessero registrare, ma persone che avessero anche una cultura diversificata, perché, ad esempio, un testo di filosofia non potrà essere letto molto bene da un matematico, e viceversa. E, quindi, ecco che abbiamo fondato la banca della voce, ritenendo che si possono dare i propri organi di senso, ossia la vista, e quindi anche la parola, la voce, la propria cultura, il proprio tempo, più volte, ripetutamente, a disposizione di chi purtroppo non è stato fortunato, e proprio indirizzato in modo specifico alle richieste che queste persone rivolgono”.

Come si è evoluto dagli inizi ad oggi il vostro archivio, anche in considerazione delle innovazioni tecnologiche?

“Da un piccolo gruppo di tre o quattro volontari feltrini, nell'arco del tempo ci siamo sviluppati, in modo da arrivare, sempre sull'audiocassetta, addirittura ad un massimo di cinquecento volontari sparsi in tutta Italia.

La cassetta agli inizi era già innovativa, perché allora si usavano enormi bobine per l'ascolto dei testi, e non di studio.

Il numero dei volontari si è in seguito un po' ridimensionato, naturalmente non erano persone scelte casualmente, non bastava che offrissero la loro disponibilità, ma dovevano presentare un provino che doveva essere approvato da noi e valutato secondo i nostri canoni, che tenevano conto sia del tipo di lettura, della dizione, che non ci fossero eccessive inflessioni dialettali, e poi anche della competenza e della conoscenza della materia.

Poi, come si era detto, la tecnologia prosegue e quindi siamo arrivati al digitale, e le cose si sono un po' complicate, perché occorre avere un computer; è vero che i programmi li abbiamo forniti noi, ma non tutti sono stati all'altezza di passare dalla cassetta audio, quindi con il registratore, al computer, e quindi c'è stata anche una flessione nel numero dei donatori di voce.

Alcuni, poi, purtroppo sono prematuramente morti, però il bello è che rimangono ancora qui le loro opere, e loro continuano a vivere con la loro opera di generosità. Il valore del nostro archivio infatti non risiede solo in quello materiale della cassetta, ma in tutte le ore di registrazione date gratuitamente, perché ovviamente una cassetta da novanta minuti non si registra in novanta minuti, ma richiede molto più tempo, perché ci può essere la papera, può capitare che non si sia dato il tono giusto alla frase, può capitare un'interruzione perché durante la registrazione è suonato il campanello o il telefono.”

Il vostro archivio si basa perciò interamente sull'operato offerto gratuitamente e volontariamente dai donatori di voce?

“Sì, e il bello è che è un lavoro che viene fatto per persone che non conoscono. Noi teniamo un convegno ogni anno, al quale partecipano i volontari e anche parte degli utenti, ma soltanto una piccola parte viene a sapere chi è che ha donato la voce. Quindi si tratta proprio di volontariato puro, perché viene fatto spassionatamente, senza nessun ritorno, nemmeno quello di un grazie; è questo il bello del volontariato. Lo dico sempre nelle varie conferenze, il volontario deve possedere innanzitutto una dote: l'umiltà, essere in grado di mettersi cioè a disposizione degli altri. Naturalmente poi farà valere la sua conoscenza, a chi è laureato in pedagogia verranno affidati testi di letteratura, di pedagogia, di filosofia, a chi è laureato in matematica testi scientifici, a chi è laureato in giurisprudenza testi di quella materia, e così via. Ma non dev'esserci imposizione, bisogna innanzitutto seguire e assecondare i desideri degli utenti, senza avere la pretesa di registrare solo i libri che piacciono”.

Questo si ricollega alla volontà di garantire l'accesso alla cultura a tutti.

“È questo il fatto, se diverse persone disabili hanno raggiunto il diploma o la laurea, è dovuto proprio all'attività dei volontari, che spassionatamente hanno considerato un dovere primario dover fare questo servizio, potendolo fare.

Venendo a contatto con queste persone abbiamo sviluppato poi altre attività oltre a quella dell'audiolibro, come la stampa in braille e, con lo sviluppo della tecnologia, il testo in formato elettronico, che così può essere inviato tramite file a domicilio, e tramite il computer e una sintesi vocale può essere ascoltato. Quest'anno abbiamo anche aperto un portale, che permette alle persone che ne hanno diritto l'accesso, la ricerca e lo scaricamento dei testi di cui hanno bisogno”.

Fornite il vostro servizio su tutto il territorio nazionale? E anche all'estero?

“Ormai abbiamo compiuto venticinque anni di attività, in principio eravamo come un'emanazione culturale della comunità montana feltrina, poi siccome le richieste provenivano non solo da oltre il

territorio e i confini di competenza della comunità montana, non soltanto oltre la provincia di Belluno, ma il Veneto e anche oltre, la comunità montana, pur partecipando all'iniziativa, si è dovuta fermare, avendo un ambito di competenze legato al territorio locale. Allora abbiamo formato una associazione no profit, e il bello è stato che uno dei membri fondatori dell'associazione è stato proprio il presidente della comunità montana, quindi siamo sempre legati a loro, abbiamo contatti continui.

Il servizio adesso si estende sotto le varie molteplici offerte che noi possiamo proporre, non solo in tutta Italia, ma anche all'estero, nelle tre Americhe, in otto stati europei, e anche in Australia. Le richieste provengono da persone di origine italiana oppure da persone interessate alla nostra lingua, perchè all'estero c'è un interesse sempre vivo per la nostra lingua, i nostri ambienti artistici, culturali o naturali. In Gran Bretagna, ad esempio, seguiamo corsi universitari di lingua italiana”.

Chi sono i donatori di voce? C'è una prevalenza di uomini o donne? Qual'è l'età media?

“Naturalmente c'è una prevalenza femminile, c'è una maggior sensibilità e disponibilità da parte delle donne. Il tempo da dedicare a questa attività di volontariato volendo lo si trova, posso portare gli esempi di una professoressa piemontese di lettere che si alzava alla mattina alle sei, con famiglia sulle spalle, marito e due figli, per registrare un'oretta al mattino prima di preparare la colazione alla famiglia e prima di andare lei stessa a lavorare, e di un uomo, un direttore d'azienda, il quale faceva il pendolare tra Bassano del Grappa e il Friuli, che alla sera registrava le cassette di diritto e di economia, dato il suo ramo specifico. Tant'è vero che in questi anni ormai ha superato le cinquemila ore di registrazione, che sono moltissime. Ci sono persone che hanno raggiunto oltre le tremila ore. Per questo dico che sono persone ammirevoli, che sarebbe giusto fare conoscere, delle quali si dovrebbe comunicare la presenza e l'azione.

In fin dei conti noi dobbiamo considerare che gli utenti del nostro Centro, con i quali la vita è stata piuttosto avara, sono persone come noi, con pari intelligenza, con gli stessi sentimenti, gli stessi

stimoli affettivi, interessi educativi, che chiedono soltanto di poter avere un inserimento sociale attivo, non passivo. A loro interessa relativamente la pensione, a loro interessa di guadagnarsi uno stipendio meritato, e di essere utili, e questa possibilità esiste, e allora perché non dobbiamo dare questo ausilio? È un dovere sociale aiutare queste persone, e i volontari sentono questo dovere”.

A quanto ammonta attualmente il numero di titoli disponibili nella vostra nastroteca?

“Con le audiocassette superavamo i mille titoli all'anno, adesso in formato digitale arriviamo intorno ai settecentocinquanta, ottocento titoli, anche perché abbiamo degli standard molto precisi e quindi è molto più laboriosa la realizzazione dell'opera. Se consideriamo anche i libri trascritti in braille o i testi in formato elettronico superiamo il migliaio di titoli, e la maggior parte di questi sono testi registrati su richiesta specifica e sono di studio”.

Quindi c'è una richiesta forte da parte di studenti?

“Sì, perché noi partiamo dalla scuola dell'obbligo fino alla laurea, seguiamo i ragazzi completamente. Abbiamo anche aiutato delle persone a preparare e passare esami di Stato”.

So che avete anche un progetto dislessia.

“Esatto, noi già da anni lavoriamo in questo senso, perché siamo in contatto con il dottor Profumo di Milano, neuropsichiatra infantile e presidente dell'Associazione Italiana Dislessia della Lombardia, che manda presso di noi i genitori e i familiari di tutta la Lombardia, ma anche del Nord e del Centro Italia. Abbiamo inoltre stipulato una convenzione con l'istituto agrario di Feltre per operare in rete; loro hanno trentanove ragazzi dislessici all'interno dell' Istituto, e allora si è creato un progetto di formazione degli insegnanti, dei genitori e dei ragazzi, per poter capire intanto che cos'è questa dislessia, che non è un handicap vero e proprio e bisogna tenere presente che in genere i ragazzi dislessici hanno un quoziente di intelligenza medio o superiore alla media e che se vengono forniti con dei supporti didattici idonei posso essere messi alla pari, o quasi. Perciò noi

presenteremo questo progetto pilota nella provincia di Belluno per poter poi analizzare i risultati pratici, e si concluderà con un convegno interregionale a fine aprile, a cui interverranno operatori della scuola ad ogni livello, quindi insegnanti, educatori, logopedisti, per illustrare i risultati.

Bisogna pensare che circa il cinque per cento della popolazione scolastica italiana è dislessica più o meno grave; siamo in una fase di transizione, di rodaggio, ma non basta parlarne, bisogna concretizzare quello che si è detto”.

6. Conclusioni

Con questo lavoro si è cercato di descrivere lo scenario attuale all'interno del quale si colloca l'audiolibro. Si è visto come esso sia un prodotto affermato all'interno di mercati consolidati all'estero, e come stia invece muovendo i primi passi in Italia.

Si è cercato di indagare e comprendere le cause del stanno alla base del successo e dell'insuccesso di questo mezzo, confrontando la domanda e l'offerta del nostro Paese con gli altri Paesi, in relazione all'evoluzione storica del prodotto e valutando le differenze culturali.

Ritrarre la situazione di realtà come quella statunitense, inglese e tedesca è stato piuttosto semplice, ed altrettanto semplicemente si può ritenere che il successo che l'audiolibro ha incontrato in questi Paesi sia destinato a rimanere costante, se non ad ampliarsi, come lascia supporre il trend crescente che i mercati dell'editoria sonora di questi Paesi hanno visto finora.

Meno semplice è, invece, il tentativo di prospettare il destino dell'audiolibro nel nostro Paese.

Non è facile innanzitutto perché non è chiaramente delineato nemmeno il presente di questo mezzo, che solo negli ultimissimi anni sta iniziando a ritagliarsi una propria autonomia all'interno del panorama culturale e editoriale italiano.

E non è facile perché il nostro presente è di per sé estremamente mutevole, e mutevoli sono anche i trend e le richieste culturali.

Nonostante la “liquidità” che caratterizza la nostra realtà, si possono però cercare di azzardare alcune previsioni, che saranno poi confermate o smentite dal tempo.

Si sono potute osservare le riserve delle quali l’audiolibro è oggetto, sia da parte degli editori, sia dalla parte dei consumatori, e si è altresì potuto vedere come queste siano per la maggior parte discutibili. Non essendo l’audiolibro un concorrente o un avversario del libro, le minacce che essi vi intravedono sono prive di fondamento.

Questo lavoro non ha preso le mosse dall’intenzione di fare un’“apologia” dell’audiolibro, o di affermarne in modo ingenuo e acritico la bontà assoluta; ma è necessario eliminare le mistificazioni portate da prese di posizione a priori, secondo le quali l’esperienza di lettura è univoca e ogni altro modo di avvicinarvisi è inutile se non dannoso.

Non sarà l’audiolibro a determinare l’eventuale morte del libro; esso potrebbe anzi essere un antidoto contro questo rischio, avvicinando attraverso un canale “preferenziale”, ovvero l’ascolto, quella consistente e variegata fetta di popolazione che legge poco o nulla, e arricchendo l’esperienza di lettura della frangia, in Italia molto meno consistente purtroppo, di lettori forti.

Inoltre, anche nel nostro Paese sembra si stiano creando le condizioni adatte affinché l’audiolibro possa trovare una collocazione all’interno del panorama culturale.

Da una parte, da qualche anno a questa parte si sta assistendo a una riscoperta della dimensione dell’ascolto, che si manifesta attraverso il successo di iniziative che hanno per oggetto la lettura di opere della storia della letteratura o della contemporaneità, come ad esempio la già menzionata lettura di Dante a opera di Roberto Benigni, o i numerosi *reading* degli scrittori che leggono le proprie opere in pubblico. Dall’altra, i tempi contratti e la costante mancanza di tempo che caratterizza il nostro presente, che certamente non è un aspetto positivo, rende il *multitasking* quasi un imperativo. La soddisfazione di queste due esigenze, apparentemente così lontane tra loro, potrebbe provenire proprio dall’audiolibro, che offre il vantaggio di veicolare contenuti culturali

attraverso l'ascolto, facoltà che non esclude necessariamente lo svolgimento di altre attività in contemporanea. Ovviamente anche una simile posizione può essere, e di fatto è, oggetto di critiche.

Le critiche che vengono mosse all'audiolibro sono comunque da interpretare come un segnale positivo, in quanto sono indice del fatto che esso sta, seppur lentamente, iniziando ad emergere dall'angolo nel quale era rimasto confinato, e inizia ad essere conosciuto.

Le iniziative che hanno avuto luogo negli ultimi anni, o addirittura negli ultimi mesi, lasciano comunque ben sperare sul futuro dell'audiolibro.

È auspicabile un'azione sinergica da parte delle piccole e delle grandi case editrici, che renda possibile la creazione di uno spazio autonomo dedicato a questo mezzo: solo così, attraverso una reale conoscenza del prodotto, potrà esserne determinato il successo o l'insuccesso.

Vorrei ringraziare il professor Fabio Muzzio, mio relatore, per la disponibilità, l'attenzione che ha dedicato al mio lavoro e il costante incoraggiamento;

le docenti dell'Istituto Cossa di Pavia Franca Moroni e Cosima Mura, che mi hanno aiutata a comprendere meglio il complesso mondo dei disturbi dell'apprendimento e mi hanno permesso di osservare e sperimentare il funzionamento di alcuni strumenti di ausilio, fornendomi lo spunto per il mio lavoro;

il Centro Internazionale del Libro Parlato di Feltre, e in particolar modo il fondatore, m° Gualtiero Munerol, per avere accettato di raccontarmi la storia e l'attività del Centro, e Davide Bortot, per la gentilezza dimostrata, per avermi fatto visitare la sede e illustrato passo dopo passo la produzione di un audiolibro;

le case editrici Il Narratore, Full Color Sound ed Emons Audiolibri, che mi hanno reso disponibili i loro dati sulle vendite, preziosi affinché potessi avere un'idea della situazione attuale del'audiolibro in Italia; in particolare il mio ringraziamento va a Maurizio Falghera e Cristiana Giacometti de Il Narratore, che mi hanno aiutata sin dall'inizio del lavoro a muovermi nel poco noto universo

dell'audiolibro, e che si sono mostrati costantemente disponibili a rispondere alle mie domande e ad aiutarmi.

Vorrei poi ringraziare le persone che mi hanno sempre guidata, incoraggiata e che mi hanno fatto pensare in grande: i miei nonni, che con dolcezza mi hanno accompagnata per un tratto della mia strada, e mia mamma, guida e appiglio costante, senza la cui presenza non avrei raggiunto molti traguardi; ringrazio tutti coloro che mi sono vicini, e ringrazio gli amici, quelli recenti e quelli che c'erano già, per il supporto continuo e per quello dimostrato nell'ultimo periodo.

7. Abstract

The aim of this work is to analyse the applications and the prospects of audio book.

Audio book can be seen both as a commercial and publishing good, and as a useful instrument to substitute books for those people who can't read, as for example people with visual impairments and blindness, and for those one that find it difficult to read, as for example people with learning disabilities as dyslexia.

In fact, at the beginning audio books were mainly recorded for blind people, but in countries such as United States of America, United Kingdom and Germany these instruments are now widely used by a great and growing number of people that choose them as a "reading option" and want to listen to spoken words, reading by ears.

But the situation in our country is different: audio book is still considered only as a compensatory instrument, useful for impaired people, but useless for the rest of the population. Publishers and consumer, from their different point of view, see it as a threat for traditional book, and so in Italy there's a lack both of supply and demand.

But the scenary seems to change; the ultimate aim of this work is to try to understand what will be the future of audio book generally speaking, and especially in our country.

8. Bibliografia

1. Eletti V., *Manuale di editoria multimediale*, Editori Laterza, 2003
2. Eco U., *Apocalittici e integrati*, Bompiani, 1964
3. Pennac D., *Come un romanzo*, Feltrinelli, 1993
4. Stella G., *La dislessia*, Il Mulino, 2004
5. Peroni M., Staffa N., Grandi L., Berton M., *Dislessia, Guida agli ausili informatici*, Cooperativa Anastasis e AID, 2008
6. Robinson W.C., *Audiobooks*, articolo pubblicato su Multimedia Seeds
7. Vettori I., *La narrazione di audiolibri è una forma d'arte?*, articolo pubblicato sul sito de Il Narratore
8. Ciai O., *L'incontro*, La Repubblica, 30/12/2007
9. Comunicato stampa dell'AEDA, *A.A.A. Audiolibri, mercato cercasi*, 23/04/2008
10. Kaye A.L., *Audio 2008: Audio Fixation – Whatever your device, there will be lots of audio content to download now that libraries are in tune*, Library Journal, 15/05/2008
11. *L'audiolibro? Funziona con i ragazzi dislessici*, PressIntegrazione, anno VI / n. 274

9. Sitografia

1. <http://www.aedaudiolibri.it/> – 20/09/2008
2. <http://www.ilnarratore.com/> – 27/10/2008
3. <http://www.emonsaudiolibri.it/> – 15/11/2008
4. <http://www.fullcolorsound.it/> – 02/10/2008
5. <http://www.audiopub.org/> – 18/04/2008
6. <http://www.theapa.net/> – 20/04/2008
7. <http://www.aiditalia.org/> – 27/05/2008
8. <http://www.libroparlato.org/> – 15/10/2008
9. <http://www.uiciechi.it/> – 27/09/2008
10. <http://www.uicbs.it/> – 27/09/2008
11. <http://handitecno.indire.it/> – 04/06/2008
12. <http://www.randomhouse.com/audio/features/harrypotter/> – 23/09/2008
13. <http://www.audible.com/> – 18/05/2008
14. <http://www.apple.com/it/itunes/whatson/> – 15/10/2008
15. <http://eduscapes.com/seeds> – 03/07/2008
16. <http://www.statigeneralidelleditoria.it/> – 07/11/2008
17. <http://letteratitudine.blog.kataweb.it/> – 30/11/2008

18. <http://www.istat.it/> – 15/11/2008
19. <http://www.dislessia.it> – 18/04/2008
20. <http://www.anastasis.it> – 20/04/2008
21. <http://comune.venezia.it/letturagevolata> – 08/07/2008
22. <http://libroparlatoions.it/index.php> – 21/07/2008
23. <http://eduscapes.com/seeds> – 27/05/2008
24. <http://www.goethe.de/wis/med/dos/hoer/itindex.htm> – 04/06/2008
25. <http://wuz.it> – 27/10/2008
26. <http://www.interdys.org> – 20/04/2008
27. <http://www.ibs.it> – 23/09/2008
28. <http://www.naxos.com> – 28/08/2008
29. <http://www.aie.it> – 08/09/2008
30. <http://www.theaudies.com> – 17/08/2008
31. <http://edicolafabbri.corriere.it/> – 03/07/2008
32. <http://www.deagostini.it/> – 08/07/2008
33. <http://bcdeditore.it/> – 08/07/2008
34. <http://www.radio.rai.it/radio3/index.htm> – 21/07/2008
35. <http://www.radio.rai.it/radio1/> – 21/07/2008
36. <http://espresso.repubblica.it/> – 16/06/2008
37. <http://www.fazieditore.it/> – 08/07/2008
38. <http://www.librimondadori.it/web/mondadori/home> – 16/06/2008
39. <http://www.edizpiemme.it/pm/> – 18/08/2008
40. <http://www.magazzinisalani.it/> – 25/07/2008
41. <http://www.goodmood.it/> – 23/08/2008
42. <http://www.dehoniane.it/> – 09/08/2008
43. <http://www.rugginenti.it/> – 23/08/2008

44. <http://www.recitarleggendocom/> – 23/08/2008
45. <http://www.gliaudiolibri.com/> – 13/09/2008
46. <http://www.uiciechi.it/> – 14/06/2008
47. <http://www.biblioaid.it/> – 15/09/2008
48. <http://www.wikipedia.org/> – 29/11/2008