

EDITORIA ELETTRONICA

DANTE me lo leggo nell'e-book

Dalla carta al formato digitale. Passaggio finora poco riuscito. Ma nuove soluzioni arrivano. E qualcosa sta cambiando

DI PIETRO CHELI

Sono i libri 2.0. Dentro c'è l'anima del libro, «un oggetto ergonomicamente perfetto», parola di Umberto Eco. Immutabile da secoli, come la forchetta. E fuori c'è il corpo che guarda al futuro. Quel 2.0 che applicato al Web, nella fortunata definizione del marketing manager Tim O'Reilly, proietta subito lo sguardo sul mondo che verrà, non solo della Rete.

L'ultimo passaggio si chiama Kindle (dall'omonimo verbo: illuminare, ma anche infiammare, incendiare). Lo propone amazon, aggiungete un .com alla fine e avrete la società di vendite on line da tre lustri tra le più impegnate a spingere il mondo più in là. Ha le dimensioni di un tascabile, l'aspetto di un computer palmare, pesa meno di un computer palmare, ha batterie di lunga durata (anche 30 ore di lettura ininterrotta, per chi ha resistenza) e nella sua pancia custodisce 200 volumi da caricare, tramite connessione wi-fi basata sui servizi della telefonia cellulare, da una biblioteca di quasi 90 mila titoli. Non solo, ma si nutre delle versioni on line di quotidiani che vanno dal "New York Times" al "Wall Street Journal", dalla "Frankfurter Allgemeine Zeitung" a "Le Monde" oltre a moltissimi periodici ("Time", "Atlantic Monthly", "Forbes"...) e decine di blog.

E in più è glam. Non usa uno schermo retroilluminato ma la "carta elettronica", spesso pochi millimetri, in cui le lettere danno il senso di tattilità. Provate a ordinarlo su amazon: il Natale ha fatto piazza pulita, complici i 399 dollari del prezzo di lancio. I libri vengono caricati a 9,99 dollari l'uno, il primo capitolo si assaggia gratis. Tra i bestseller, Khaled Hosseini, Patricia Cornwell e Christopher Hitchens. Siamo dalle parti della "killer applicazione". In gergo elettronico «quella scintilla scatenata per creare l'effetto», racconta Danco Singer, amministratore delegato di



Il Kindle di Amazon. Dall'alto: due scorci del magazzino di Amazon a Fernley, nel Nevada

Motta on Line, già fondatore della casa editrice Opera Multimedia e della prima webzine italiana Golem. Sentito al volo a Londra mentre partecipa a una fiera della tecnologia applicata al mondo della scuola, Singer è una delle intelligenze più vivaci in materia nel nostro Paese: «Stiamo a vedere. Sino a oggi non ci sono state soluzioni soddisfacenti. Il costo dell'hardware e la compatibilità con il software hanno fatto fallire i tentativi di tutti gli editori». Pensa che Kindle possa creare un effetto simile a quello travolgente dell'iPod nella musica? «Calma, rispetto agli mp3 manca un mercato. La vedo così: c'è una generazione che deve crescere, anche a livello internazionale. Ma non è che veda molti ra-

gazzi attenti alla lettura o alla scrittura, fuori dagli sms. Oltre all'hardware deve farsi strada anche una nuova sensibilità».

È questo il futuro? Case senza più librerie piene sino al soffitto, ma solo un computerino dove convivono random "Anna Karenina" e "Lisptick Jungle", da consultare seduti in metropolitana dal dentista o in aeroporto? Oppure così come i lettori di mp3 stanno mettendo a riposo i cd, ma fanno risorgere il vecchio vinile, assisteremo al ritorno di bei volumi, stampati bene su ottima carta?

Kindle è l'ultimo nato nel mondo degli eBook, o e-book. La grafia cambia, il significato è lo stesso: libro elettronico, versione digitale di un libro e al tempo stesso il dispositivo con cui il libro può essere letto. L'eBook in realtà è adatto a più usi. Oltre al testo, elementi multimediali e alcune facilities per quanto riguarda trovare brani o prendere note. Attenzione, non è solo una versione del testo in un documento, ma qualcosa di più. Per capire bene le infinite possibilità, la casa editrice francese Editis ha girato un cortometraggio "Possible o probable" che si trova su YouTube.

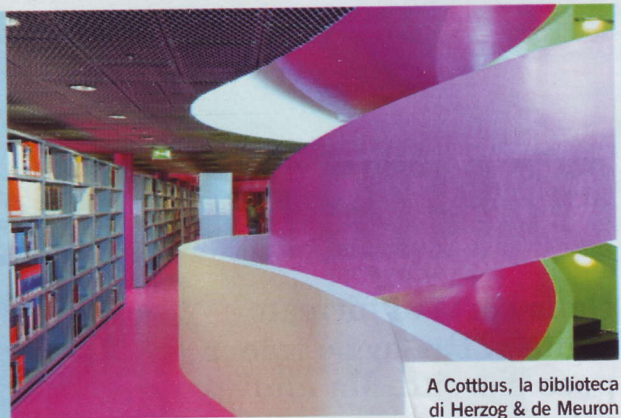
Qualcosa di più. Ma per chi ha il feticismo della lettura qualcosa di meno. Per chi prova l'emozione tattile di farsi prendere dalle pagine, la calma di fermarsi, l'esperienza psicologica di toccare la carta, sentirla frusciare, farsi sedurre da una copertina, ►

Arriva il Napster dei libri

è un bel salto. Non è a loro che si rivolge Jeff Bezos. Il quarantatreenne fondatore di amazon sa che ci vuole tempo. È un esperto in materia. Ci ha messo nove anni, dal 1994 al 2003, per firmare un bilancio positivo della sua azienda, e dietro al progetto libri elettronici c'è stato quattro anni, rinviando più volte il lancio. Nel frattempo ha visto le difficoltà di molti strumenti ad hoc, il più noto è il Reader della Sony, il fallimento di editori nati per gli eBook. Il caso più clamoroso è quello dei francesi 00h00.com che nel 1998 si presentano come «l'ora zero», nuova alba per un'idea che naufraga, per ironia della sorte, proprio due anni dopo, cioè nel 2000. Senza contare le difficoltà di molti siti specializzati nella vendita. Però Bezos sa anche che, se il futuro non lo costruisce, è difficile che arrivi da solo. Si

leri erano i ragazzini giapponesi che fotografavano con il cellulare i fumetti e se li mandavano via Mms. Oggi è BookSnap, un apparecchio da 1.600 dollari che permette di digitalizzare 500 pagine di libro. Più veloce di uno scanner, è praticamente un telaio su cui sono montate due fotocamere ad alta qualità, mentre le pagine si girano a mano. L'idea è di Art Boppanon, thailandese di 28 anni trapiantato negli Usa, che ha avviato la sua impresa con 15 dipendenti, 14 dei quali a Bangkok dove l'apparecchio viene fabbricato. L'obiettivo è rivoluzionare il modo in cui vengono digitalizzati (e più avanti condivisi via Internet) i libri. L'approccio è all'opposto di quello di Google, che utilizza apparecchi da 100 mila dollari e firma accordi con le più grandi biblioteche e archivi del mondo. «Noi invece vogliamo essere il Napster dei libri, o almeno la nuova Xerox», dice Boppanon, che ha selezionato il suo socio americano, Nick Warnock, guardando un reality show in tivù. Magari non loro, sostengono quelli dell'Associazione editori americani: ma in effetti il rischio c'è davvero.

Antonio Dini



A Cottbus, la biblioteca di Herzog & de Meuron

librerie italiane sono nascosti in un angolino e conquistano giusto uno scaffale in quelle internazionali che propongono libri in lingua. Dopo investimenti massicci (e sconfitte proporzionali) di molti prima con le cassette - un sogno del poeta Vittorio Sereni negli anni Settanta - e poi negli anni Ottanta con i cd, molti editori italiani hanno preferito soprassedere. Mentre il successo era travolgente, complice la saga di Harry Potter, in Germania e negli Stati Uniti. Negli spazi infiniti degli States si assiste allo strano fenomeno di persone coltissime

che non hanno mai aperto un libro: stanno molto in macchina e i classici li hanno imparati by voice.

Nel frattempo, da noi

Arriveremo a usare la letteratura come facciamo oggi con l'iPod per la musica?

mentazione l'interesse è esserci», qualche novità da comprare e diversi classici da scaricare gratis. «Bisogna stare attenti alle nuove

l'iPod ha aperto la strada a chi, maneggiando questa tecnologia, la vuole arricchire di belle storie. Il successo di un piccolo editore di qualità specializzato come il Narratore ha spinto al rilancio dei grandi, lo scorso autunno la Mondadori, facendo immaginare nuovi scenari. Magari arriverà in Italia Audible (aggiungete .com, .fr, .de, .co.uk), colosso Usa colonizzatore dell'Europa che ascolta la letteratura.

Il piacere. Il punto è questo. Una bella voce aiuta (in Rete da scaricare gratis, oltretutto che sui siti editoriali, ci sono ascolti interessanti anche sul sito di Radiotre: grandi attori alle prese con i classici) e forse in futuro accompagnerà di più code in strada, fatiche in palestra e jogging. Il problema è che in Italia i libri letti, prima che ascoltati o elettronici, sono pochi. «L'abitudine è già cambiata, anche in considerazione di come evolvono le modalità di scrittura. I tempi saranno più lunghi di quelli che caratterizzano l'ingresso di nuovi modelli editoriali», sintetizza Danco Singer, «ma alle vecchie consuetudini se ne affiancheranno altre che potrebbero prendere il sopravvento». Il problema è come si vive la lettura, «le emozioni che si provano», per Lorenzo Garavaldi. E «a prescindere da come leggi», chiude Jessica Powell, «l'importante è che siano libri buoni». ■



abitudini: in Giappone c'è il boom dei romanzi keitai», racconta Garavaldi, le mobile novels scritte e lette sui cellulari il cui bestseller «Koizira» ha venduto in pochi mesi oltre un milione di copie, e che «fra poco, magari, saranno importanti anche da noi». Riguardo al futuro «è nelle mani di chi lavora sulle tecnologie: non ho mai condiviso l'ottimismo del passato sugli eBook né il pessimismo di oggi».

Atteggiamento che ben sintetizza Ivan Cecchini, da poco in pensione dopo aver guidato come direttore generale l'Associazione italiana editori: «Il libro elettronico è stato il grande flop degli anni Novanta. Attenzione, parlo di narrativa, di saggistica e non certo di banche dati o strumenti di consultazione. Per l'editoria giuridica, soprattutto per i codici, l'eBook è più che mai necessario. Se invece si va alla ricerca di lettori tra le persone più sensibili all'innovazione tecnologica, temo che i destinatari giusti siano quelli sbagliati».

Il pessimismo si chiama audiolibri. Ma anche la speranza si chiama audiolibri. Nelle

portano avanti anche le Librerie Feltrinelli, dove da inizio febbraio vengono venduti «i libri a inchiostro elettronico» della semplicissimo book farm fondata da Antonio Tombolini, pioniere del commercio in Rete di casa nostra, come fondatore di esperia.it. Il dispositivo portatile si chiama iLiad ed è pronto a caricare dalla casa madre classici e novità. Si porta avanti Google con il suo Literacy Project, che mette in Rete circa 3 mila libri al giorno: «Rientra nel nostro obiettivo rendere disponibile la maggior quantità di informazioni possibili», spiega la trentenne Jessica Powell, rivolta al futuro come communication manager per l'Europa di giorno, e vittima di passioni letterarie di notte (è autrice della fortunata «Literary Paris: A Guide»).

«Bisogna essere allenati, pronti per il momento giusto», dice Lorenzo Garavaldi, che è responsabile del marketing paperback e libri per ragazzi della Mondadori, l'unica grande casa editrice italiana che proponga la vendita di eBook on line. Non migliaia di titoli, «in questa fase di speri-