

MAURO SANDRINI

ELOGIO DEGLI E-BOOK



HOMELESS BOOK
FAENZA

LICENZA

Questo lavoro è soggetto a una licenza chiamata Creative Commons Attribution-ShareAlike Generic (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/it>). Significa che se vuoi regalarlo, fotocopiarlo, stamparlo o pubblicarlo da te puoi farlo. Senza chiedere nulla a nessuno. Se decidi di farlo e ti va di informarci però ne saremo felici. Puoi scriverci qui: info@elogioebook.com. Se hai acquistato questo testo in forma cartacea puoi scaricare gratuitamente l'ultima edizione con i successivi aggiornamenti da questo sito internet: www.elogioebook.com utilizzando *ebook* come nome utente e *libro* come password.

Homeless Book · Faenza
<http://www.homelessbook.it>
e-mail: homeless.book@libero.it

ISBN: 978 - 88 - 96771 - 02 - 0

Prima edizione: gennaio 2011

Questo libro è stato composto con L^AT_EX su Mac, usando per il disegno della pagina la classe memoir di Peter R. Wilson. Il carattere usato per il testo è il Linux Libertine, disegnato da Philipp Henning Poll nel 2003.

BONUS

Se hai acquistato questo libro (e non l'hai piratato...)
puoi scaricare gratuitamente la guida:

“Quanto costa pubblicare da sé un e-book (o un libro)?”

dove è spiegato, in pratica, come fare per pubblicare
un libro o un e-book seguendo i principi narrati in questo volume.

Puoi scaricare la guida a questo indirizzo Internet:
www.elogieobook.com/quantocosta

Alla Raffi

INDICE

Ringraziamenti	IX
Partenza	XI
I Diario di bordo	1
1 Libreria Incontro	3
2 Il trasloco	9
3 Addio ai libri	13
II La società delle parole	19
4 Tanta gente leggerà gli e-book	21
5 Dai libri al nuovo codice del denaro	25
6 Le nuove librerie	35
7 Gli editori	39
8 Gli autori e i lettori	43
III Gli incontri	49
9 Giuseppina Brunori, librante	51
10 Antonio Tombolini, innovatore	57
11 Giuseppe Granieri, i nuovi editori sono già qui	63
12 Guido Catalano, poeta	67
IV Ultimo	75
13 Ultimo	77
14 La fine è il mio inizio	81
Note	83
Glossario	87
Bibliografia	89
Nota biografica	93

RINGRAZIAMENTI

Nel periodo in cui questo volume è stato scritto (e anche prima) ci sono molte persone che mi sono state vicino e con cui ho ragionato, discusso e anche litigato. Senza la possibilità di confrontarmi con loro, questo testo non esisterebbe.

In particolare vorrei ringraziare Daniela Conti per la supervisione editoriale e scientifica, Tommaso Minardi per l'edizione, Roberto Pasini per la copertina (e la pazienza), Matteo Mingazzini per la revisione e le interviste ad Antonio Tombolini e Giuseppina Brunori, Giorgio Spedicato per la consulenza sulla gestione dei diritti legali.

E poi tutti gli amici che ciascuno a modo suo mi ha accompagnato in questo viaggio: Maurizia Pasi, Alessandra Bonoli, Erica Lavagno, Monia Alessandrini, Maximiliano Bianchi (Strelnik), Davide Carbonai, Cristina Mussinelli, Marco Dominici, Paolo Vassura, Roberto Del Mastro, Constanze Mølter, Carlo Casadei, Dario Scalini, Biagio Cerbone, Ilva Fiori, Mario Baldini e Monica Sandrini. Non sono in ordine di importanza e qualcuno di sicuro mi è sfuggito.

Tra i molti altri non citati ci sono anche i Gang che col loro album del 1991 *“Le radici e le ali”* mi sono rimasti nel cuore...

PARTENZA

Questo lavoro è dedicato a chi ama i libri e resta un po' sconcertato da tutto il can can che si sta facendo attorno a quel fatto strano che viene chiamato e-book. Sono gli scrittori, i librai, gli editori, ma soprattutto, i lettori, a essere investiti da una campagna mediatica volta a promuovere questo nuovo oggetto del desiderio tecnologico. Una campagna di cui colpisce l'efficacia nel riuscire a trasformare il libro da oggetto tradizionale in elemento alla moda per il solo fatto che ne cambia la forma fisica.

La vita di migliaia di persone è stata finora condivisa attraverso i libri di carta grazie alla parola scritta e, prima dei libri, diffusa attraverso papiri e pergamene. Storie, racconti, favole, diari, invenzioni e scoperte sono stati portati a noi su questi supporti che ci hanno permesso di beneficiarne leggendoli. Oggi stiamo assistendo all'apparente svaporare della parola scritta, proprio quella che ci ha accompagnato negli ultimi millenni della vicenda umana: per questo l'arrivo degli e-book è importante. Non perché gli e-book reader o l'iPad sono *fighi*.

I nuovi oggetti, però, non segnano la fine delle storie da raccontare. Anzi. Per molti versi si tratta di una vicenda che inizia proprio ora. Venendo meno la materia fisica con cui le parole vanno a spasso, le storie e i libri (ovvero gli e-book) costeranno di meno e si diffonderanno ancora di più. Sarà più facile per scrittori ed editori pubblicare un libro, contemporaneamente sarà più difficile per lettori e librai selezionare quelli di valore. Siamo nell'occhio del ciclone ed è impossibile capire come si svolgerà il futuro. Gli strumenti analitici tradizionali, quelli sociologici da un lato, quelli economici dall'altro, ci aiutano poco. Le previsioni che si fanno durano il tempo di un giorno.

Questo lavoro non si occupa di fare previsioni, ma di condividere desideri concreti: in particolare quello di immaginare scenari possibili di un futuro migliore. A partire da quel modello per la condivisione delle idee di cui l'umanità beneficia da quando si è dotata della parola scritta. A partire quindi da quello che il libro è stato finora, e che sta diventando qualche altra cosa proprio in questi giorni. Si tratta di un

fenomeno diverso da Internet (spesso confuso con quello degli e-book) ove si condividono informazioni, ma più raramente conoscenze. Con i libri e gli e-book accade esattamente il contrario. Un libro, un testo, è l'esito di informazioni impastate con esperienze assimilate e digerite dal corpo fisico dell'autore per essere rimesse in circolo in forma nuova: come fosse un fertilizzante culturale necessario alla società per non fermarsi, per andare oltre l'orizzonte dell'oggi. Ciò implica un tempo lento che non è quello di Internet ove tutto viene schiacciato sull'urgenza del *qui ed ora* lasciando poco spazio alla riflessione. Il tempo, appunto, che non è quello di una lettura veloce e distratta di una pagina Internet ma quello lento dell'immersione nel pensiero di un altro, di un'altra. Si tratta del primo passo verso la possibilità di una comunicazione. L'importanza dell'arrivo degli e-book sta tutta qui: nella possibilità di salvare questo processo riflessivo in un periodo storico in cui la velocità delle nostre vite tecnologiche sembra negarlo. Il percorso del testo si sviluppa lungo tre direzioni:

1. *il diario di bordo*. La prima dimensione è il diario di bordo del mio avvicinamento agli e-book. Una specie di quaderno intimo che racconta un viaggio avvenuto tra la primavera e l'estate del 2010. Anno in cui tra l'altro ho cambiato casa. Un trasloco che ha assunto una valenza simbolica anche per comprendere quanto fosse importante per me la vicenda dei libri e degli e-book. E per capire che non si tratta solo del mutamento di un mercato, ma ci coinvolge, e sconvolge le nostre piccole abitudini quotidiane, fino alle nostre radici di esseri umani in quanto animali sociali.

2. *La società delle parole*. La seconda dimensione è l'analisi socioeconomica del fenomeno. Un fenomeno che cambia alcuni fondamentali del mercato editoriale incidendo su scrittori, librai ed editori, ovvero sui lavoratori della parola. Il mercato cambia, ma non è solo il mercato a cambiare: sono in via di ridefinizione alcuni codici che hanno accompagnato l'esperienza umana da quando la parola scritta esiste. Si tratta di una questione troppo importante per essere lasciata nelle sole mani dei mercanti e dei sacerdoti della cultura. Le parole, e le storie, raccontano il mondo, e lo costruiscono. Prendere parola è diritto non solo degli editori e dei librai, ma di tutti coloro che amano i libri, le storie e coltivano il desiderio di una società un po' diversa da quella in cui viviamo oggi.

3. *Gli incontri.* L'ultima parte di questo lavoro sono le interviste con quattro persone molto diverse tra loro: Giuseppina Brunori (libraia), Antonio Tombolini (innovatore), Giuseppe Granieri (direttore editoriale) e Guido Catalano (poeta). Ciascuno di loro ha già preso la parola in questa realtà che ci sta lievitando tra le mani e sta costruendo il mondo che ci attende. Senza aspettare che lo faccia qualcun altro.

Questa sezione è destinata a espandersi con altre interviste nella versione e-book di questo lavoro.* È un piccolo esempio di un percorso iniziato e certamente non concluso che oggi diventa più semplice realizzare che in passato. Buon viaggio.

MAURO SANDRINI
Ravenna · 3 gennaio 2011

* Il sito internet ove trovare tutti gli aggiornamenti è: www.elogioebook.com

Le radici e le ali

C'è chi guarda al futuro dei libri con interesse e, forse, un po' di nostalgia. Anche perché, finora, i libri ci hanno permesso di condividere nel tempo della nostra vita (e oltre il tempo) le nostre radici e i nostri desideri.

Le nostre radici di esseri umani, però, non sono nei libri. Sono più antiche. E anche i libri sono il frutto di quelle.

Ora che la parola scritta si sta separando dalla materia non abbiamo più la possibilità di aggrapparci alle pagine di carta per tentare di afferrarle.

Siamo costretti a cercarle altrove che non sia nei libri. Più in profondità. In quei luoghi nascosti che a volte cerchiamo di evitare.

In noi stessi, cioè.

Parte I

Diario di bordo

LIBRERIA INCONTRO

Io sono un principe libero e ho altrettanta autorità di fare guerra al mondo intero quanto colui che ha cento navi in mare.

SAMUEL BELLAMY – FABRIZIO DE ANDRÉ¹

Stavo passeggiando per le viuzze strette del centro storico di una città della provincia italiana. Una stradina acciottolata, stretta, in discesa. Una strada corta che dà su una delle porte di accesso al centro. Senza i negozi dello struscio, con poche vetrine. Tre in particolare hanno attirato la mia attenzione, vetrine con la cornice di legno verniciato di nero e le scritte dorate, eleganti, ma senza eccessi, con gusto. All'inizio della discesa, sulla destra, una di queste lascia intravedere tavoli, colori e strumenti da artisti. Un laboratorio affacciato sulla strada. Andando avanti di pochi metri sulla sinistra compare un'altra vetrina, sempre con la cornice di legno verniciata di nero e le scritte oro. La porta aperta e di fronte una piccola panchina, due posti, con i cuscini, e una donna dal sorriso grande che chiacchiera con un'amica. In un piccolo slargo della viuzza, i ciottoli portano verso l'ultima delle vetrine. Un'altra porta, senza nessun controllo elettronico per sorvegliare i ladri e inibire i timidi, e all'interno nello spazio disegnato dalle volte incrociate del medioevo, libri e giocattoli per bambini, ammucchiati, disponibili e invitanti. In fondo, un'altra stanza, altri cuscini e panchine ad altezza di bambini e utili per le maestre. Tre vetrine per un'unica libreria diffusa nello spazio della via e del tempo di chi la attraversa.

Sono sempre stato timido. Tanti anni fa il mondo dei libri è stato per me uno dei pochi agganci con la realtà e per tentare di accendere il rapporto con gli altri. Sono nato in una piccola città della provincia italiana dove negli anni Settanta non esisteva ancora una libreria vera e propria. Al massimo un paio di cartolibrerie dove, a fianco dei pennarelli, dei quaderni e degli altri oggetti per studenti, c'erano poche mensole con una selezione risicata di titoli. D'altra parte, anche i soldi erano pochi e i

libri un bene inutile per un figlio della classe operaia. Anzi ferroviaria, visto che mio padre faceva il ferroviere. Mia madre invece faceva la magliaia in casa, ma - come si sa - le donne non facevano classe; anche se le sue maglie di classe lo erano davvero. In quegli anni a casa nostra c'era la fila delle signore bene che chiedevano la copia esatta dei vestitini delle boutique. Non sono mica i cinesi che hanno iniziato a copiare, mia madre ha cominciato prima. Lei, però, con le sue clienti diventava amica e creava uno spazio sociale. Oggi per le maglie conta solo il prezzo, e il rapporto umano finisce dimenticato. E mia madre le maglie le fa solo per i nipotini (e per mia sorella che non si fida certo della qualità scadente delle boutique dopo aver assaggiato quella materna).

La prima vera libreria che aprì in città (era passata la metà degli anni Settanta), aveva un nome profetico: si chiamava Libreria Incontro. Era piccolissima se confrontata alle dimensioni che ha oggi (esiste ancora) e microscopica rispetto ai grandi *store* cui siamo ormai abituati. Eppure, per me era immensa. Tutti quei libri ammucchiati uno sull'altro, senza il computer che assiste il libraio nella ricerca, una goduria per me timido e con pochi amici per passare il tempo. Uscire di casa per fare un giro alla Libreria Incontro era un piacere grande nonostante andassi senza soldi per acquistare. I libri erano lì, nuovi, profumati e sfogliabili. Per un possesso temporaneo che però non volava via, perché le parole stampate in qualche modo si avvicinavano per restare con me. Senza la Libreria Incontro e la biblioteca cittadina, la mia vita sarebbe stata molto più povera. E non mi riferisco alla cultura, bensì alla possibilità di affacciarmi alla scena del mondo, all'incontro con gli altri grazie allo spazio in cui stavano i libri. Ma questa è una storia di quasi quarant'anni fa.

Perché oggi questi ricordi si affacciano così forti in un libro che si propone di parlare del futuro dei libri? E qual è il loro significato? La risposta è semplice: ogni volta che si cerca di narrare l'evoluzione sociale di un fenomeno bisogna tenere i piedi per terra, sciacquarsi bene gli occhi per guardare alla realtà con tutta l'umiltà possibile, partendo dalla propria storia. Cominciando dai segni incisi che portiamo con noi ogni volta che ci rivolgiamo a un'altra persona, ogni volta che produciamo qualcosa sul lavoro, ogni volta che litighiamo con nostra moglie o i nostri figli. Sono quei segni che, uno a uno magnificamente intrecciati, costituiscono l'essenza di ciascuno di noi e la matrice del nostro spazio sociale. Partire dai segni originari significa affacciarsi alla realtà nel modo più onesto: da ciò che siamo senza infingimenti. E i libri e le librerie sono uno dei segni

incisi più importanti della mia vita. A seconda dei momenti, essi sono stati una fuga oppure un sentiero verso l'uscita dal tunnel; in ogni caso un gancio cui aggrapparmi, prima verso la sopravvivenza e poi verso la *vivenza*.

Come un pesce che abbocca all'esca più appetitosa mi sono affacciato silenzioso alla bottega. Con un certo scetticismo anche. In un qualche modo inconscio ho sempre pensato di essere padrone degli spazi delle librerie e il fatto che la proprietà di tutte le librerie che ci sono in giro non sia formalmente mia di fronte alla legge lo considero soltanto una specie di incidente di percorso. Mi faceva strano questo spazio (mio) all'interno della libreria. I conti non mi tornavano.

Pochi libri. Duemila, ma anche meno forse, alcuni oggetti ricercati, non proprio di design ma quasi. Molto spazio vuoto. Un divanetto in velluto rosso appoggiato alla parete e un tavolo al centro. Se uno ha come perversione primaria quella dei libri, come me non fa molto conto dello spazio e degli accessori. Punta alla preda. E la preda, quando entro in una libreria nuova, è la mappa dei libri, il territorio. Devo marcarlo, annusarlo, toccarlo. Per capire dove mi trovo, capire chi ha realizzato quella mappa e, soprattutto capire se può esserci una traccia, un sentiero, verso l'inatteso. Verso quel libro che sai già esistere, ma che ancora non è tuo, quel libro che sai che ti può cambiare la vita: per un istante o per sempre. Che poi è la stessa cosa. Se hai la perversione dei libri, quando entri dentro una nuova libreria sei a caccia e, come il cane da tartufi, ti rendi conto quasi subito se il terreno è buono oppure è meglio lasciar perdere e uscire immediatamente. In ogni caso questa fase di mappatura del territorio è, per me, del tutto solitaria. Sono totalmente concentrato dentro, non c'è spazio per le relazioni con l'esterno. Gli occhi, il tatto e l'olfatto (l'odore dei libri è determinante) hanno il sopravvento. La libreria può essere deserta o affollata, il risultato non cambia: si tratta di una esperienza privatissima e intima.

Entrato dalla vetrina con la cornice di legno nero e con le scritte dorate, mi trovavo esattamente in questa condizione semiautistica, con qualche libro tra le mani, indeciso se comprarli tutti o nessuno, allorché una voce narrante mi prende per mano e mi trascina fuori, costringendomi a rendermi conto che il mondo esterno esiste per davvero. La libraia, la signora Pina, stava raccontando un romanzo (era *Il cantore di storie* di Alameddine) ad alcuni avventori. Il romanzo lei l'aveva letto e già questo mi colpiva.

In libreria i librai non leggono, si sa. Al massimo ripetono giudizi rubati ad altri lettori e li spacciano come propri. Anche volendo, non possono farlo. Ci sono troppi volumi. Ci vorrebbero troppe vite per leggerli tutti e molti non sono degni del tempo necessario a sbirciare il titolo. Questa libraia il libro che stava raccontando lo conosceva per davvero. E l'amava. Era il suo punto di vista, il suo segno intimo offerto alla condivisione degli ospiti che distrattamente scuotevano la testa seduti sul divano rosso. Forse perché la storia che stavano ascoltando non gli assomigliava. Chissà.

Mi sono girato ad ammirare lo spettacolo. Il sentiero che andavo cercando in un nuovo libro che mi sorprendesse questa volta non era tra le pagine di un volume: era il territorio stesso a sorprendermi. Non erano i libri a incantarmi. Era di più dei libri. In quel momento ho visto la nuova libreria. E anche a cosa diavolo serve tutta questa tecnologia degli *e-book* che fino a un attimo prima pensavo utile soltanto a rubare l'anima con la scusa dell'efficienza e della comodità.

Sono una di quelle persone che quando capitano in un ristorante cominciano a diffidare se ci sono troppi piatti nel menù. È indice del fatto che sono già precotti e che il cuoco (se c'è) non li prepara con amore. Brutto segno. Non mi piace. Ma se questo è un modo (quasi) normale di sfogliare il menù in un ristorante non lo è affatto in libreria. In libreria *ci devono* essere tanti libri. Se no che libreria è? Se no come fanno a campare la libreria, la libraia e i figli della libraia?

È da mesi che ho un tarlo. Un tarlo che digerisce ogni giorno un briciolo della mia diffidenza verso la tecnologia dei libri elettronici. La tecnologia è per me un buco nero. Mi ci ritrovo trascinato dentro, ma non riesco ad abbandonarmi mai completamente a essa. È come quando non sei sicuro di amare una donna. Cincischi, trovi mille scuse con te stesso e anche nell'amplesso alla fine ti penti. Non è amore. Non è abbandono. Beh... a me con la tecnologia succede la stessa cosa. Non mi abbandonano mai. Sono renitente all'innovazione. Ne sono dipendente anche. Ma non mi abbandonano. Devo criticarla. Mi manca quel che c'era prima e non ci sarà mai più. Per esempio ho inciso nelle cellule l'odore della prima fotocopia fatta alla biblioteca della mia città in un pomeriggio degli anni Settanta. Era carta termica. Un'odore ripugnante che mi entusiasmava. Il segno del miracolo compiuto. Con l'innovazione quell'odore se ne è andato per sempre e non tornerà più grazie all'avvento delle nuove fotocopiatrici a carta normale e peggio ancora, più di recente, con gli scanner

digitali che la carta la fanno sparire addirittura. Come non tornerà più la bidella che mi accompagnava a fare quei gesti esoterici per ottenere la mia fotocopia dall'angolo un po' buio ove stava la fotocopiatrice. Io sono incazzato con l'innovazione. Mi ruba la memoria. Magari non ci riesce. Però ci prova.

E in quella libreria con pochi libri mi sono immaginato come potrebbe essere la libreria del futuro. E perché il futuro delle librerie e dei libri è importante per tante persone, e non solo per i librai o per chi legge, ma anche per chi in una libreria non ci è mai entrato. È la storia che vorrei raccontare in questo libro. La storia di un amore sull'orlo di un precipizio che viene salvato all'ultimo momento da un paio di braccia inattese. Mi duole dirlo, ma queste braccia si chiamano libri elettronici o, peggio, *e-book*. È una storia che parla di come la cultura e il pensiero possano essere salvati in un mondo assurdo come quello di oggi. È una storia che guarda a come sarà il mondo domani e a come diventeranno l'educazione e il lavoro per i nostri figli e i figli dei loro figli. È una storia che inizia quasi 4000 anni fa con il primo papiro vergato lungo le rive del Nilo e che è inarrestabile come l'erba che cresce rigogliosa su un prato dopo un temporale estivo. Sta per piovere forte. C'è da aprire l'ombrello, lo spettacolo sta per iniziare e ci sarà da divertirsi.

Parte II

La società delle parole

TANTA GENTE LEGGERÀ GLI E-BOOK

Ci sarà più gente che leggerà testi in e-book di quanta ne riusciamo a immaginare. Nonostante le statistiche siano contraddittorie e difficili da decifrare, la tendenza è chiara. Al momento in cui scriviamo le uniche cifre attendibili sono le stime dell'Associazione Italiana Editori secondo cui entro fine 2010 saranno installati in Italia circa 200.000 lettori per e-book, suddivisi per il 25% circa in lettori a carta elettronica, gli e-reader, e per il restante in iPad.¹ I numeri sono modesti rispetto a quelli delle vendite cartacee. Modesti, ma mica tanto. Al momento gli acquirenti di e-book reader sono la fascia più tecnologica di quella piccola nicchia di forti lettori che leggono almeno 1-2 libri al mese. Cioè di coloro di cui il mercato editoriale non può fare a meno, forse non in termini economici, di sicuro in termini qualitativi. Sono coloro che costituiscono lo zoccolo duro del mercato e anche del tessuto culturale nazionale.

Se oggi la nicchia degli acquirenti di e-book ha una dimensione numericamente modesta che possiamo immaginare di qualche centinaio di migliaia di persone e, in prospettiva, forse di qualche milione, resta una élite. Non si tratta però della congregazione degli appassionati della pesca con la mosca. Sono coloro che hanno gli strumenti sia per immaginare una nuova società, sia per cominciare a praticarla.

Al di là degli inevitabili nuovi equilibri nell'economia dei libri, infatti, l'orizzonte che abbiamo di fronte è anche quello in cui diventa possibile riappropriarsi di una autonomia culturale che vada oltre il mercato. È del tutto paradossale che ciò possa accadere proprio in seguito all'ennesima innovazione tecnologica indotta dal mercato stesso e non da una enclave di rivoluzionari. Ma forse il paradosso non c'entra. È il desiderio di liberazione dell'identità di ciascuno che, per quanto sopita, non rinuncia a riemergere appena se ne scorge l'occasione. E questa è una grande occasione. È il motivo per cui non partecipo alla discussione "e-book sì, e-book no". Si tratta di una discussione sterile. I dibattiti, infatti, si fermano sulla soglia del "mi piace" oppure "non mi piace" e non ci aiutano ad alzare gli occhi per gettare lo sguardo un po' oltre.

Ma cos'è l'e-book?

Il motivo principale per cui passeremo a leggere testi digitali è il prezzo. Oggi le scelte sono determinate dal prezzo più che da altri criteri. Almeno per la grande maggioranza dei consumatori. E il prezzo, con gli e-book, si ridurrà drasticamente. Caratterialmente sono sempre stato renitente all'innovazione e, in particolare, a questi oggetti tanto reclamizzati dai media come succedanei tecnologici del libro. A convincermi sono state le persone con cui ho parlato. Amici, conoscenti, esperti del settore, commessi dei centri commerciali a cui ho chiesto l'opinione personale sull'andamento delle vendite di questi oggetti. Una specie di *sociologia di prossimità* che permette di annusare l'aria che tira quando un processo è in divenire e difficile da studiare con le metodologie tradizionali, capaci di dare risposte certe solo sul passato. Nel mio conversare con le persone lo scetticismo iniziale è scemato velocemente di fronte a due argomenti:

- il prezzo
- il toccare con mano

Per la maggior parte delle persone il libro è solo di carta. La prima domanda che ti fanno se sanno che ti occupi di queste cose è “ma cos'è l'e-book?”. Mi sono accorto che la risposta che accende l'interesse è la più semplice: “Se tu vai in libreria e compri un libro lo paghi 20 euro, se compri *lo stesso testo* in versione e-book lo paghi 10 euro o forse anche 5 oppure 3, o forse nulla, se l'autore decide di regalarlo”.² La reazione è sempre di stupore. In questa risposta c'è il destino del libro nel futuro prossimo venturo.

Il secondo passaggio accade quando le persone possono avere tra le mani un e-book reader o un iPad. È solo quando si ha la possibilità di fare esperienza personale, di “toccare” questi dispositivi per la lettura che ci si rende conto che “si può fare”.³ In quel momento avviene la comprensione del fenomeno: le persone si rendono conto che questa cosa degli e-book sarà anche una moda, ma è destinata a restare. E iniziano le domande: “Se i libri dei nostri figli costassero 10 euro anziché 40? Li compreremmo in formato digitale o in formato cartaceo? Se questo oggetto esiste, perché devo continuare a spendere 500 euro di libri all'anno per mandare mio figlio a scuola?” Sono queste domande a farci capire che sarà il prezzo la ragione principale a decretare il successo degli e-book, insieme al fatto

che la qualità della lettura è realmente compatibile con quella della carta.⁴ Indipendentemente dal fatto che ci piaccia o no, che siamo d'accordo oppure contrari, ciò accadrà. Nella sua inevitabile semplicità.

Al momento i dispositivi per la lettura, gli e-book reader, costano ancora molto: tra i 120 e i 300 euro. Praticamente una follia. Ma è inevitabile che nel giro di poco tempo ci sarà un deprezzamento notevolissimo dei dispositivi. Non sono le previsioni di un veggente: è la storia dell'innovazione a mostrarcelo. Dai walkman, ai videoregistratori, alle macchine fotografiche digitali... il prezzo finale di un prodotto si riduce anche di 10 o 100 volte rispetto al momento della sua comparsa sul mercato. Cosa accadrà, cioè, quando un e-book reader costerà 40 euro? Cosa accadrà quando il suo prezzo sarà paragonabile a quello di un libro di fascia media? Ciò potrebbe succedere in un tempo breve. Probabilmente alcuni editori troveranno così interessante vendere contenuti on line che lo regaleranno, come accade oggi per alcuni abbonamenti telefonici, dove il telefono (apparentemente) non lo paghi e quel che si paga, nel gergo delle compagnie telefoniche, è *il traffico*, cioè le nostre parole che si trasmettono via etere. Nel mondo dei libri l'equivalente del traffico sono le parole scritte dagli autori. Il tema degli e-book è divenuto di moda dapprima con l'introduzione sul mercato dell'iPad⁵ e poi da quando è avvenuto il sorpasso dei libri digitali venduti su Amazon rispetto a quelli cartacei.⁶ Molti, però, restano scettici, a ragione. Tra le persone che conosciamo quante sono quelle che hanno acquistato almeno un e-book oggi? La risposta per la maggior parte di noi è: nessuna.

Alcuni pensano che gli e-book siano solo una moda spinta dai sostenitori di quel nuovo gadget tecnologico che è l'e-book reader. Affermano che il libro di carta sia troppo comodo e troppo intriso di sentimenti e abitudini, che non lo abbandoneremo mai. Sono gli stessi che un secolo e mezzo fa avrebbero detto che le donne erano troppo affezionate ad ago e filo per convincersi a passare alla macchina per cucire,⁷ o che l'aria buona che si respirava al lavatoio avrebbe fatto scegliere loro di continuare a lavare a mano anziché usare la lavatrice. È ovvio che ogni innovazione tecnica è potenzialmente distruttiva di ciò che le preesiste, che cancella una parte delle abitudini delle persone e, a volte, demolisce anche la memoria recidendo le radici stesse della storia. Ma quando l'innovazione intercetta quella legge di gravità sociale che indirizza le scelte verso ciò che riduce le fatiche e aumenta le comodità, diventa quasi impossibile resisterele. Si tratta dello stesso fenomeno che sta accadendo ora con gli

e-book rispetto alla lettura, cioè alla possibilità di accedere al pensiero di qualcun altro grazie alla parola scritta. Che ci sia scetticismo sugli e-book è sano. Si tratta di un fenomeno che non esiste ancora nella esperienza quotidiana della maggior parte delle persone. Ma il fatto che non esista ancora non significa che non esisterà in futuro. Le pedine del mercato si stanno disponendo ora sul tavolo da gioco; c'è spazio per provare a inventare qualcosa di nuovo o, almeno, per fare una proposta. Una proposta semplice e concreta: l'alleanza tra autori e lettori per cambiare il mondo. Con l'aiuto dei librai. Come, lo vedremo tra poco.

LE NUOVE LIBRERIE

Chi ci rimette con l'arrivo degli e-book? Sicuramente i distributori e tutti gli appartenenti alla catena logistica. Nel loro caso, però, si tratta di un cambiamento interno al modo di produzione attuale del libro; è una innovazione che riguarda l'incremento di efficienza del sistema complessivo, non certo un cambio di paradigma come invece è quello che investe le piccole librerie. Saranno i librai, e in particolare quelli piccoli, a rimetterci di più. I loro esercizi, infatti, non sono soltanto spazi per la rivendita di libri/merce, ma anche un polo di attrazione sociale e di produzione culturale. Tutti in città le frequentano; anche chi non legge sa che può recarvisi per un regalo a basso costo o per i libri della scuola dei figli. Le librerie di cui parliamo sono ancora indipendenti proprio perché piccole. Sono gestite da persone che si percepiscono come imprenditori autonomi, ma che già oggi sono nelle mani di editori e distributori. Entrando in una qualsiasi libreria, infatti, bisogna districarsi fra le pile dell'ultimo libro di Bruno Vespa o di Roberto Saviano. Si tratta dei libri, cioè delle vendite, che vengono imposte ai librai dagli altri attori della filiera. È chiaro che restano loro margini di libertà nello scegliere il resto dell'offerta, ma sono minimi spazi di manovra; sorvegliati strettamente da un carabiniere con un nome e un cognome ben preciso: Conto Economico. Un conto economico costruito su misura delle necessità degli editori e dei distributori anziché delle proprie.

Nonostante molte piccole librerie siano condannate a scomparire, alcune sopravviveranno; in questi casi la loro funzione potrebbe essere così antica da apparirci completamente nuova. Ad alcune, addirittura, potrebbe essere destinato il testimone della cultura oggi. Un po' come è avvenuto nel Medioevo per i monasteri, in cui il lavoro degli amanuensi ha permesso di salvare i codici più antichi e di farli arrivare fino a noi. Oggi il compito delle nuove librerie potrebbe essere ancora più difficile. Non si tratta, infatti, di salvare i codici dalla distruzione del tempo ma, letteralmente, di *preservare la possibilità di pensare e di riflettere in modo autonomo* degli esseri umani. In seguito alle mutazioni in atto

nell'economia della parola scritta nelle librerie può svilupparsi un nuovo spazio economico ove forme indipendenti di vita e di pensiero possano nascere. Cercare di scoprire se gli e-book possano aiutare a sviluppare questo processo è una ragione importante a sufficienza per dedicarci un libro (o un e-book).

I libri saranno venduti ovunque. Le librerie cambieranno natura

Gli e-book non saranno venduti solo in libreria. Sono fatti apposta per essere venduti ovunque. In questo nuovo scenario cosa succede? Il primo conflitto che ci attende è tra gli editori e i librai. Tra chi, cioè, gestisce i cordoni della borsa e chi fino a oggi ha rappresentato il canale principale per la commercializzazione dei loro prodotti. Già oggi nelle catene per la vendita dell'elettronica di consumo sono presenti sugli scaffali gli e-book reader. Non ci sono ancora gli e-book in vendita per l'unico, banalissimo, motivo che non ci sono ancora contenuti (o sono ancora troppo pochi). Ovvero, perché i cataloghi delle grandi case editrici non sono ancora pronti. Ma lo saranno presto. E non saranno i soli contenuti disponibili. Altri contenuti, autoprodotti, provenienti dalla rete e tendenzialmente gratuiti, sono già in attesa di comparire sugli schermi di queste piccole tavolette da tenere fra le mani. Gli e-book, allora, saranno venduti a fianco degli aspirapolveri, da commessi che non faranno differenza tra un testo di poesie e l'ultimo robot per la pulizia del pavimento.

L'editore ha tutto l'interesse a esplorare anche questo canale di vendita: vendere e-book non implica avere scaffali come per i libri di carta. Chiunque, in teoria, li può vendere ovunque. Con queste prospettive, se molte librerie chiuderanno, quelle superstiti come saranno diventate? Con cosa si dovranno confrontare? Si troveranno di fronte alla scelta, per campare, di dover vendere altre merci, oppure cercare piste inedite? È già successo: il modello della vendita dei libri alle Poste sarà il faro luminoso che tratterà la direzione di questo tipo di librerie, dove l'unica cosa che conta è vendere. Se il futuro è questo, allora il libraio dovrà prepararsi a riempire il suo negozio di un sacco di altra roba. Si tratta di un fenomeno che esiste già, ma destinato a intensificarsi: gli e-book, infatti, liberano spazi in libreria. Bisognerà vendere roba che non c'entra nulla col libro, con l'autore e con il lettore. Roba che non richiede un rapporto personale di qualità con chi entra in libreria. A meno che non si

riesca a intravedere un'altra possibilità. Allungando il naso, e lo sguardo, dietro l'angolo.

Agire con desiderio

È questo un tempo affascinante perché ci permette non solo di studiare quel che sta succedendo, ma anche di *fare*: possiamo mettere le mani in pasta come una volta si faceva con la farina e l'acqua per produrre il pane. È un lavoro da sociologi scalzi per cui la teoria e la pratica devono lievitare insieme, per immaginare il futuro e iniziare ora a costruirlo. Le librerie rappresentano un laboratorio eccezionale per sperimentare. Soprattutto quelle piccole. Esse, infatti, sono il primo spazio sociale ove testare un nuovo rapporto tra autore e lettori. Innanzi tutto perché le piccole librerie generalmente sono nate dall'idea e dal desiderio di una persona che ama i libri e che, magari utilizzando un po' di soldi di famiglia, ha deciso di avviare questa attività. In Italia, nel passato recente, spesso sono nate in seguito all'onda lunga del '68, quando l'intera società italiana viene scossa e fatta vibrare alle radici, soprattutto quelle culturali. Queste librerie appartengono al cuore della città: promuovono conferenze, incontri con gli autori e partecipano all'organizzazione di altri eventi. Il libraio è un personaggio conosciuto da tutti in città. Un esempio è riportato nel capitolo "Libreria incontro". Il progetto di questo libro, anzi, è nato in seguito a una chiacchierata con la responsabile di quella libreria, Giuseppina Brunori, che a Jesi ha già messo in cantiere la sua *nuova libreria*. Poiché è radicata nel territorio, le è facile organizzare eventi in città; poiché ama i libri, le è facile sviluppare un rapporto con gli autori. Ma lei non è l'unica. Tutti i librai, quelli veri, sono fatti così: provengono da un mondo antico e stanno già camminando verso il futuro.

È davvero un'utopia immaginare un piccolo circuito di librerie indipendenti ove si organizzano eventi con scrittori e dove alcuni autori possono incontrare i propri lettori in uno spazio libero? Dove quel che si vende non è più (soltanto) il libro o l'e-book, ma anche la capacità dell'autore di condividere il proprio sapere e le proprie storie? E dove il lettore partecipa al prezzo di un biglietto del cinema? Magari portando a casa - incluso nel prezzo - l'e-book originale dell'autore?

Si tratta di uno spazio dove una nuova piccola economia può scaturire dallo scambio tra il lavoro dei librai, degli autori e dei lettori. Se i librai

non vorranno trasformare la loro libreria in un supermercato dovranno cercare altri modi per esercitare il mestiere; saranno costretti a esplorare spazi diversi da quelli conosciuti e che oggi possiamo soltanto abbozzare. È uno spazio economico ove il libraio, come l'autore, si prende la responsabilità dell'intero processo del proprio lavoro e, a partire da ciò, entra in relazione in modo nuovo con editori, autori e pubblico. Si può obiettare che questo non sia un modello di massa. È vero. Si tratta di una dimensione piccola in cui risiedono possibilità inaccessibili alla massa. Che di solito sono proprio quelle per cui vale la pena vivere.

Parte III

Gli incontri

ANTONIO TOMBOLINI, INNOVATORE

Antonio Tombolini é uno dei massimi esperti a livello nazionale nel campo dell'editoria digitale. Fondatore della Simplicissimus Book Farm, azienda specializzata nella vendita di e-book reader e precursore delle innovazioni digitali che investono il mondo del libro. Oggi piú che mai l'esperienza di Antonio, già attivo in questo settore nel 2004, permette di anticipare riflessioni su uno scenario che ancora appartiene al futuro, ma che non esiterà ancora a lungo ad appropriarsi del presente, stravolgendo l'editoria e le librerie per come noi (e le generazioni prima di noi) le abbiamo conosciute.

Antonio, quale futuro si prospetta per le librerie?

Quello che avverrà in futuro é, in parte, quello che sta già avvenendo oggi: molte librerie chiuderanno, come tante ora stanno chiudendo o hanno già chiuso. La filiera del libro di carta é diventata insostenibile e il nemico non é certamente l'e-book. Tutto parte piuttosto dalle pressioni della grande distribuzione: in questi tempi per sopravvivere é indispensabile fare dei grandi volumi, dunque trovarsi in una posizione strategica ad alto traffico dove il libraio mette delle alte pile del nuovo libro di Bruno Vespa o di Dan Brown, unica soluzione per avere un ritorno economico sui titoli in scaffale. Esiste ancora la figura del libraio che conosce i suoi clienti e che sa consigliare, ma é in via di estinzione. Le maggiori librerie hanno pensato semplicemente di basare la loro economia sull'aver un punto centrale molto frequentato dove l'esperienza del libraio (o meglio, l'inesperienza, dato che la figura assomiglia sempre piú a quella di un commesso) possa passare inosservata.

Dunque non sarà l'e-book a fare morire le librerie?

Le persone che addebitano il fenomeno della chiusura delle librerie all'e-book, alla transizione al digitale, hanno tenuto gli occhi chiusi fino a questo momento. Al contrario, l'e-book può costituire un'opportunità, un rimedio per quelle librerie che non vogliono arrendersi alle logiche di

mercato del cartaceo. E' sufficiente analizzare alcuni fattori: per offrire molti titoli in cartaceo é necessario disporre di molto spazio fisico, che tradotto significa disporre di un capitale e avere costi fissi elevati, poiché le vendite di un singolo libro su un'ampia gamma di titoli sono poche. Per intenderci, per guadagnare con il libro di carta conviene tenere in negozio una pila di tre metri di Vespa al posto di diecimila titoli, poiché lo spazio costa sempre uguale, dunque tanto vale riempirlo con volumi dalla vendita sicura. L'e-book offre il primo vantaggio non occupando spazio fisico: o meglio, tutti gli e-book occupano lo stesso spazio, che é quello minimo necessario per essere visti da un utente. Questo spazio può essere uno schermo, uno scaffale virtuale dove sfogliare le pagine elettroniche per vedere quali libri sono disponibili, e qui ogni libreria ha la possibilità di tenere tutti gli e-book: non esiste il reso, non serve manutenzione, non si litiga col distributore, non c'è il pericolo di avere un libro fuori catalogo. Una volta che l'e-book c'è, c'è per sempre.

Come cambia il mestiere del libraio che decide di aprire il suo negozio al digitale?

Per cogliere questa opportunità, le librerie devono capire che non cambia il mestiere, ma cambiano gli strumenti da conoscere; diventa necessario che i librai si attrezzino per conoscere la direzione nella quale sta andando il mercato, devono entrare e capire la materia. Si tratta di un'opportunità strutturale che non prescinde dalla disposizione soggettiva dei librai a conoscere l'argomento, e può portare a recuperare quel famoso ruolo che é invece scomparso, ovvero quello dell'esperto in grado di consigliare i clienti. Man mano che il libro sarà sempre piú digitale, conterà sempre meno chi ha tanto spazio, mentre si difenderà meglio chi legge di piú, chi sarà piú aggiornato, chi conosce i propri scaffali. L'e-book può quindi anche essere interpretato come un passo indietro: oggi i librai conoscono la rotazione del prodotto sul metro quadro, sono esperti di controllo di gestione degli scaffali come in un supermercato, fanno un mestiere da ragioniere; fare un passo indietro significa rispolverare la conoscenza principe: gli autori, il prodotto, i clienti. Così la libreria potrà tornare a essere un posto vivo, pulsante, invitante.

Non c'è il rischio che il libraio venga bypassato dalla rete, come é avvenuto per i negozi di dischi?

Quando si compra un libro sulla rete, tendenzialmente si sa che cosa si vuole acquistare. In libreria ci si va per un acquisto diverso, spesso si entra senza un'idea precisa, per dare un'occhiata, magari alla ricerca di suggestioni, e quindi, di fronte a un libraio in gamba, il suo ruolo sarà fondamentale nel determinare un eventuale acquisto. La pirateria esiste già, non solo degli e-book, ma anche di semplici scansioni di libri cartacei. Questo determina sicuramente una contrazione dello spazio economico in valori assoluti, ma non è per forza un male: oggi per fare funzionare il mercato del libro è necessario stamparlo, spedirlo, distribuirlo e ritirarlo nel caso rimanga invenduto; sono tutti costi che vanno a incidere sul prezzo di copertina. La concorrenza costringerà i librai ad allontanarsi dal cartaceo per abbattere questi costi, che già oggi sono insostenibili, visto il margine minimo di guadagno. Non sarà un problema se il libro costerà meno quando questo meccanismo sarà a regime, anche perché il libraio dovrà dividere il prezzo finale con meno attori: il vero problema è dato dal periodo di transizione, poiché il terrore di chiudere bottega suscita reazioni non intelligenti. I librai vanno quindi accompagnati, serve una formazione professionale che al momento non esiste. Anche sulla pirateria andrebbe fatta formazione, e non per reazioni in chiave repressiva: si sta scoprendo, per esempio, che i titoli che entrano nelle reti *peer to peer* risalgono anche nelle vendite legali. Nulla va dato per scontato, dunque bisogna limitare reazioni istintive che spesso si rivelano semplicemente paranoiche. La pirateria può essere utilizzata in chiave di marketing. C'è, inoltre, un altro aspetto da valutare: l'età media degli utenti di libri è più elevata rispetto a quella degli utenti di musica. I ragazzini di quindici anni cominciano a scaricare musica, ed è inevitabile che si rivolgano alle reti *peer to peer*, ovvero all'offerta illegale, poiché gratuita; poi, crescendo, a venti anni hanno meno tempo, e scoprono che scaricando da iTunes le canzoni hanno magari una qualità audio migliore, e tutti i metadati in ordine, così diventa più semplice sistemare le canzoni nel proprio lettore mp3. In sostanza, l'alternativa a pagamento diventa più comoda e funzionale, e allora tanto vale pagare novanta centesimi per un brano, piuttosto che perdere un pomeriggio alla ricerca di un file illegale con il rischio, magari, di prendere un virus nel computer. Queste dinamiche stanno dando ora i primi risultati nella musica, ma per il libro saranno accelerate proprio perché gli utenti hanno un'età media più alta, e sono quindi meno inclini a questa fase iniziale che passa necessariamente dalla pirateria. La protezione vera del mercato, oggi, è

data dal prezzo basso: logicamente se un e-book costasse come un libro di carta, chiunque cercherebbe di scaricarlo illegalmente.

Rispetto all'entrata in gioco dei lettori di e-book, cosa succede all'autore?

La reazione attuale degli autori è di diffidenza, perché anche loro si pongono il problema di non riuscire più a vendere con il digitale, come è successo per i musicisti (l'altra faccia della medaglia è che ora ci sono molti più concerti, gadget e altre iniziative che coinvolgono l'artista). Su questo fronte gli editori medio-piccoli sono più aggiornati, perché questi problemi se li sono posti tempo fa e hanno avuto tempo per maturare piattaforme di distribuzione di e-book, pur avendo ancora un atteggiamento agnostico nei confronti di questo tipo di servizi. L'idea di negozio online è quella di una bancarella ambulante che non chiede alla gente di venire, ma va a piazzarsi dove ci sono i posti giusti, con persone che potrebbero essere interessate ad acquisti. In questo caso il piazzamento virtuale della bancarella si gioca sulle percentuali che vengono date in cambio di un link in una determinata pagina della rete. In questi negozi l'autore carica il proprio testo, fornisce i metadati essenziali di riferimento, decide il prezzo, e il titolo viene poi validato e caricato, e va in distribuzione il secondo dopo. Attualmente è possibile scegliere se utilizzare o meno piattaforme DRM, ed è interessante osservare che, sul nostro negozio elettronico, fino all'autunno del 2010 erano meno del 10% i piccoli editori che avevano deciso di proteggere i titoli con la cosiddetta filigrana digitale: questa è la riprova del fatto che la pirateria non spaventa. Ora che stanno arrivando anche i grandi editori le cose stanno cambiando. Hanno a che fare, infatti, con autori che chiedono loro per primi di utilizzare la protezione DRM, per timori poco fondati; gli autori sono impreparati, vanno in paranoia, i loro agenti non conoscono la materia nella maggior parte dei casi, e fanno la cosa più istintiva, ovvero si difendono dalla pirateria con la forza.

Quali sono le opportunità per gli autori in questo nuovo scenario?

Non avendo a che fare con barriere di carattere economico per la pubblicazione, le possibilità di arrivare a qualcuno che ti legga sono più elevate. Oggi gli autori non sanno ancora come muoversi nell'universo del digitale, per ora hanno in mente lo strumento dell'editore, visto come l'esperto per eccellenza. Ma esistono già le piattaforme per

l'autopubblicazione, sia digitale, sia cartacea, che infrangono tutte le barriere alle quali siamo abituati e delle quali (non sempre a ragione) ci fidiamo. Con gli e-book la distribuzione passa attraverso piattaforme che sono identiche per tutti, dunque un processo di democratizzazione che evita di ghettizzare il nuovo autore, perché - come dicevamo prima - siamo in una nuova concezione di spazio, non nell'angolo remoto di uno scaffale. Si è aperta una partita importante, che è già realtà negli Stati Uniti: gli editori dovranno dimostrare di essere utili nel percorso del libro in maniera diversa rispetto a oggi. Anche qui, come per i librai, è necessario un passo indietro. Oggi il gioco dei ruoli si basa su un (non troppo) velato ricatto: "hai bisogno di me, altrimenti non hai i soldi per andare in libreria". Questi soldi non servono più all'e-book, per cui il valore aggiunto dato dall'editore deve tornare a essere quello delle origini: l'editore con un marchio, con un'identità, che sa garantire un'accurata selezione. La linea editoriale deve tornare a essere tangibile per gli utenti, e l'autore deve avere una percezione aggiuntiva data dal marchio editoriale, in grado di dare un plusvalore rispetto al fai da te.

Non è forse la comunità dei lettori a fare selezione in maniera autonoma in base alla qualità dei prodotti?

Uso malvolentieri il termine qualità. È fondamentale che una selezione abbia dei criteri indipendenti dal valore del testo. Vedo un ruolo in questa chiave, nel darsi un'identità tale da ispirare un criterio coerente di selezione. Oggi gli editori cercano in America i best seller da piazzare sul mercato: questa non è identità. L'identità è quando un editore corrisponde a determinati criteri, che possano piacere o meno. Certo, ci saranno anche le selezioni della comunità dei lettori, ma sono semplicemente due strade diverse: hanno senso entrambe.

Come vedi il futuro delle città di provincia, ovvero quei centri da 50mila abitanti in su che rappresentano il tessuto identitario italiano, dove la libreria indipendente è un nucleo pulsante della vita culturale della città?

Oggi è proprio in questi centri che le librerie scompaiono, perché non sono sufficientemente grandi per soddisfare le logiche di mercato attuali; chiudono di più e continueranno a chiudere, salvo in quelle situazioni in cui c'è un libraio che si preoccupa di capire qualcosa e può contare su qualcuno che lo aiuti a stare al passo coi tempi. Non basta volere

uno schermo per la consultazione digitale degli e-book in negozio, serve anche un professionista in grado di fornire questo schermo, ed è con queste operazioni che va reinventata in fretta l'economia dell'editoria. Esisteranno molte opportunità per le librerie che nascono esclusivamente per il digitale, le barriere di accesso saranno molto basse perché servirà un piccolo spazio, non più una fornitura iniziale da tot migliaia di euro. A servire saranno, invece, le conoscenze. In questo momento non ci sono ancora gli strumenti per lanciarsi su questo fronte, per la semplice ragione che il terrore non è ancora arrivato al livello di guardia: in altre parole, i tempi non sono ancora maturi, ma non bisognerà attendere molto. Presto tutte le librerie avranno un paio di metri quadrati dedicati a uno schermo virtuale, un nuovo strumento sul quale si gioca il futuro economico di tutta la filiera. Come sarà questo schermo è ancora un mistero, e muoversi in anticipo è la scommessa da vincere.

GUIDO CATALANO, POETA

Guido Catalano è un poeta. Un poeta con caratteristiche particolari, però. Per esempio riesce a vivere del suo lavoro. Anche se sembra impossibile riuscire a vivere oggi facendo il lavoro del poeta lui ci riesce. In questa conversazione ci spiega come. Per chi vuole approfondire la conoscenza il suo sito è: www.guidocatalano.it

Ciao Guido, come hai iniziato a “fare” il poeta?

Vent’anni fa ho iniziato a cantare in un gruppo: scrivevo i testi e facevo dei concerti. Questa esperienza è durata diversi anni fino a quando il gruppo si è sciolto e io sono rimasto lì senza sapere né suonare né cantare per davvero e ho iniziato a scrivere delle cose che assomigliavano a delle poesie.

Ho iniziato a scriverle come fanno la maggior parte delle persone. Le scrivevo per me, me le leggevo da solo e le appiccicavo in camera. Poi ho iniziato, davvero per caso, a fare un paio di letture pubbliche e ho scoperto che questa cosa piaceva. In quel momento queste letture erano anche l’unico mio modo per farmi conoscere a un pubblico, per quanto limitato potesse essere. Tra l’altro undici anni fa Internet era molto meno sviluppata e io a mia volta che non sono una persona “tecnologica”, non ne sapevo niente. Iniziare, quindi, a fare questi reading è stato per me la possibilità di far conoscere al pubblico le mie cose uscendo dalla cerchia ristretta di amici o di parenti.

Questi reading funzionavano molto bene. Venendo io da una esperienza musicale amavo, e amo tutt’ora, contornarmi di musicisti o cantautori. Negli anni questa attività che all’inizio era moderata è aumentata sempre più, e a un certo punto sono nati anche dei libri di carta. Ho ricevuto una proposta da una casa editrice di Torino che mi ha pubblicato alcuni libri finora, mentre oggi esce il quarto con un’altra casa editrice di Bologna. Si tratta di piccole case editrici, con una distribuzione limitata, che però hanno fatto sì che i libri di carta entrassero a far parte di questa mia nuova attività. E poi in questo arco di tempo è entrato nella mia vita

di scrittore e di attore tutto il mondo del web che evidentemente ha cambiato le cose in maniera notevolissima.

Ma tu i reading all’inizio li facevi gratis o a pagamento?

I primi due anni esclusivamente gratis. Ne facevo però quattro all’anno. Ora ne faccio tre alla settimana. All’inizio li facevo gratis, prima di tutto perché non immaginavo potesse essere un’attività retribuita. Considera che undici anni fa ce n’erano molti meno. Oggi, anche grazie a Facebook, ogni giorno in Italia ci sono centinaia di reading. A quei tempi c’era molta meno gente che faceva reading soprattutto di poesia.

Inoltre avevo un’esigenza, quella che mi ha spinto inizialmente, che era di provare a leggere le mie cose davanti a un pubblico. Poiché non avevo possibilità di essere pubblicato se non dalle infami case editrici che ti chiedono di pagare per esserlo. Non avevo blog o social network. Non avevo quindi la possibilità di farmi conoscere, perciò i primi tempi i reading li facevo gratis e, anzi, ero grato ai gestori di locali di farmi fare queste cose.

C’è da dire che queste cose hanno iniziato ad essermi richieste perché portavo gente. Puoi immaginare che se fai uno spettacolo di reading in un locale la cosa fondamentale è portare gente. Se il gestore sa che porti gente, anche se non sei famoso, a quel punto si accende la questione economica. Piano piano ho smesso di fare i lavoretti che facevo prima e ho iniziato a far diventare queste letture un’attività remunerata fino a che oggi è un vero e proprio lavoro. Come fossi un musicista. Un cantautore, anzi. È così che mi muovo. Come una specie di “cantautorpoetico”.

E la poesia? Tu fai poesie per la poesia o per campare?

No io scrivo perché mi piace e mi serve. Se domani diventassi ingegnere aeronautico continuerei comunque a scrivere. Oggi però scrivere è anche un mezzo per campare perché se scrivo delle cose belle accade che queste cose belle vengano portate negli spettacoli e, se gli spettacoli funzionano, la gente mi compra i libri e ne faccio altri.

La questione dei libri è importante nella mia economia. Io, infatti, guadagno anche dalla vendita di libri. Le case editrici con cui pubblico sono piccole, ma ho avuto sempre dei contratti molto convenienti. Se vendo un libro nei miei reading guadagno il cinquanta per cento del prezzo di copertina, mentre se vengono venduti in libreria c’è la distribuzione che

si becca il 60 per cento, poi la libreria e l'editore e io prendo 50 centesimi a copia.

Ogni reading mi guadagno 60-100 euro vendendo libri. L'aspetto negativo è che mi devo portare dietro, ogni volta, una valigia di libri... alla lunga diventa pesante. Magari con gli e-book mi risparmierei questa fatica.

Eccoci dunque: un autore innovativo come te che interesse ha rispetto agli e-book?

Una svolta che ho avuto a livello lavorativo è stata la possibilità di far conoscere le mie poesie sul mio blog. Io metto tutto sul blog. Tutto ciò che c'è nel mio ultimo libro, *La donna che si baciava con i lupi* (Ed. Le bolle blu, Bologna, 2010, n.d.r.), c'è anche sul blog; anche se tendo a non dirlo esplicitamente.

L'e-book mi affascina e mi spaventa. Avendo io trentanove anni sono un appassionato di libri. Vorrei continuare a fare libri di carta. D'altra parte stiamo andando verso questa roba qui che sono gli e-book. Addirittura ci sono i pdf dei miei vecchi libri sul blog. E tu puoi scaricarli gratuitamente già ora. È già una specie di e-book. E poi mi piace l'idea che la mia roba possa girare ovunque, che potenzialmente possa essere letta da tre milioni di persone.

Finora la mia esperienza sul campo con queste tecnologie degli e-book si limita a un reading che ho fatto circa un anno e mezzo fa. E non è andata bene. Mi sono trovato malissimo perché sull'e-book reader era troppo lento il cambio di pagina. Inoltre non essendo retroilluminato mi creava problemi di luce. Però un domani potrei fare un reading su un e-book che funzioni davvero bene. Un po' mi spaventa, un po' so che stiamo andando in quella direzione. E poi, anche se non sono un "tecnologico", mi piace l'idea...

In pratica autogestisci il tuo lavoro dalle poesie ai libri. Sei il produttore di te stesso?

Beh non proprio. Ora ho una casa editrice, un contratto... certo mi gestisco molto di più che se fossi pubblicato da Einaudi o Feltrinelli. Magari loro mi impedirebbero di mettere tutte le poesie sul blog. Oppure non potrei fare tutti i libri che voglio io. Oppure, e lo so da fonti dirette, se chiedi i libri te li fanno pagare. Non è che ti danno 3-400 libri e poi glieli paghi quando li hai venduti. Questa autonomia mi piace molto ma è dovuta al fatto che lavoro con una piccola casa editrice. Per onestà

devo dire che se domani mi chiamasse Feltrinelli o Einaudi e mi dicesse "Guido, pubblichiamo un libro insieme?", probabilmente gli direi di sì. E probabilmente questa autonomia verrebbe meno, almeno in parte.

Per ora però l'autonomia è essenziale perché gli eventi li gestisco come meglio credo, ho i libri che voglio da vendere, utilizzo il web in un modo *superlibero*. Perché sono sicuro che mi conviene. Sì, sono autonomo.

Se non avessi una casa editrice con cui ti trovi bene saresti interessato all'autopubblicazione? Che poi è il grande mito che spinge molti aspiranti autori a inseguire l'ebook...

Nonostante io faccia già un'autopubblicazione gratuita attraverso il mio blog, non ce la vedo granché questa cosa. Nel mio caso almeno. Anche perché sono convinto dell'utilità della selezione. Credo sia necessario ci sia qualcuno che ti selezioni. Ma non solo. Devono essere persone capaci nel loro lavoro e, soprattutto, devono essere in grado di superare il mio criterio di selezione rispetto a loro. In altri termini: loro mi hanno scelto, ma io ho scelto loro.

Ci tengo talmente tanto alle mie cose che quando ho ricevuto le loro proposte ho valutato quello che mi promettevano in cambio. Sto parlando di distribuzione per esempio, anche se piccola. Negli anni ho ricevuto molte proposte, sempre da case editrici piccole, ma "vere", non sto parlando di quelle che ti chiedono i soldi e ce ne sono tante.

E poi la casa editrice, se è seria, anche se è piccola ti aiuta in cose importanti: distribuzione, editing, pubblicità, presentazioni. Io per esempio non sono bravo a vendermi con i giornalisti e la casa editrice mi aiuta molto in questo; è, anzi, essenziale. Inoltre ho sempre bisogno di qualcuno che mi faccia l'editing. Può sembrare una cosa da niente, ma io non sono capace di farmi l'editing neanche con le poesie, la grafica... Ho bisogno di qualcuno. E poi mi piace che qualcuno stimi la mia roba. Generalmente questo rapporto ce l'ho con il pubblico, con i lettori del blog o con la gente che viene ai miei spettacoli. Oltre a questo, però, mi piace che ci sia qualcuno all'interno del mondo editoriale che mi prenda, mi aiuti, mi dia dei consigli. E sto parlando di piccole case editrici. Non oso immaginare cosa succede nelle grandi case editrici. Mi spaventa parecchio, anzi, ma mi attrae anche. Potrebbe essere un'esperienza piuttosto "gustosa".

Comunque la casa editrice mi aiuta in cose importanti; per quanto io sia ormai una piccola azienda autonoma, avere qualcuno che ti aiuta è

essenziale. Per promuovere un libro, per esempio, si uniscono le forze, e tra il mio pubblico e il loro le cose girano.

Sai, l'autoproduzione è difficile. Una volta che hai il tuo libro, e magari lo metti in internet, magari da scaricare in e-book a pagamento... son cazzi. La vedo difficile. C'è bisogno di qualcuno che ti aiuti. Io l'ho sempre avuto in realtà. Dal 2001 in qua, quando ho fatto il mio primo libro, c'è sempre stato un rapporto di collaborazione. Non si tratta di gente che ti stampa il libro e poi "chi si è visto si è visto". Perché se non è così, puoi andare direttamente da quelli che te lo stampano a basso prezzo su Internet.

Mi puoi raccontare qualcosa di più su questo fenomeno dei reading? Per esempio quando costa per il pubblico partecipare?

Intanto il pubblico non paga quasi mai. Nella maggior parte dei casi, infatti, li faccio nei locali come ti dicevo prima. Sono a pagamento da parte del pubblico soltanto quando diventano spettacoli più complessi come, per esempio, quando li facciamo nei teatri, con l'accompagnamento di musicisti. Non è più una singola persona davanti al microfono che legge delle poesie.

Ultimamente c'è molta gente che fa reading. Molta più di quella che c'era dieci anni fa. Purtroppo il 99 per cento delle persone che fa reading non si fa pagare.

Scusa, non capisco: puoi spiegare meglio? Da un lato dici che quando tu fai reading la gente non paga, poi quando parli degli altri che li fanno "a gratis" deplori il fenomeno...

Io non sono contro il fatto che la gente paghi un biglietto. Il fatto è che la maggior parte dei reading che io faccio (o che sono fatti da altri) sono fatti in luoghi in cui non si chiede un biglietto e dove è normale non pagare il biglietto, dove "i soldi" vengono dati dal gestore del locale. Al massimo c'è anche la consumazione obbligatoria.

Io sarei dell'idea che il pubblico debba sempre pagare un biglietto per quanto minimo. Però è difficile entrare in questi meccanismi.

Attualmente il problema è che il reading non è ancora considerato alla stregua di un concerto. Se tu vai con la tua band a suonare, a meno che non siate un gruppo di ragazzini, è scontato che dei soldi ne dobbiate avere. Per il reading non ancora. Il problema della società italiana è che un poeta che va a leggere le poesie non è sottinteso che debba essere

pagato. Come invece, quasi sempre, un cantautore. È una specie di utopia che sto provando a rendere concreta: nel senso che io le cose gratis non le faccio (tranne eccezioni).

Non vorrei entrare in una polemica interna alla gente che fa spettacolo su quelli che si svendono rispetto a quelli che lo fanno per mestiere. Nel mondo dei reading è ancora peggio che nel resto del mondo dello spettacolo. Non stiamo, infatti, parlando di attori, ma di gente che, spesso, è anche incapace. E questo è un altro problema. Di gente brava a leggere in pubblico, rendendo un reading divertente o interessante, ce n'è comunque poca. La gran parte della gente lo fa, ma non è capace. E questo ingigantisce ancor più il problema.

Sto parlando di reading di poesia. Che è una cosa a sé. Il reading di uno che fa un romanzo è una cosa molto diversa da questa. Se tu scrivi un romanzo, a meno che tu non sia veramente un fuoriclasse, per esempio Paolo Nori è uno di questi, non fai uno spettacolo, ma delle presentazioni, dove magari c'è un giornalista o un critico che fa delle domande. E normalmente non si chiedono soldi per fare quella roba lì.

Non è che tutti gli scrittori possano essere in grado di fare questa roba. Perché non è mica facile. Paradossalmente la poesia, pur essendo la cosa meno commerciale del mondo, si presta di più di altre forme letterarie. Però la poesia di per sé fa paura perché scaccia il pubblico. La mia fortuna è che io scrivo poesie che fanno ridere. Se io non facessi poesie di questo tipo non potrei fare questo lavoro. È dura ascoltare un'ora e un quarto di uno che ti legge poesie strappalacrime. La parola poesia, inoltre, impaurisce, è sinonimo di noia, magari perché da bambini ce le facevano imparare a memoria. Io sto cercando di far sì che questa attività diventi un lavoro. Ci sto riuscendo, ma non è facile. Non conosco altri che ci stiano riuscendo a questo livello. Mi piacerebbe che succedesse però, perché questo creerebbe un mercato ufficiale.

Il reading, quindi, è una forma di spettacolo, non una forma di presentazione o seminario come per esempio le scuole di scrittura?

Sì, ci sono scrittori anche di medio livello, e sono tanti, che fanno incontri che diventano “corsi di scrittura” dove l’autore racconta la propria esperienza. Questa cosa esiste anche in Italia. Io non ne ho mai fatti perché mi spaventano. Non so se sarei in grado di fare una roba del genere. Ma il mio socio, Federico Siriani, cantautore, viene chiamato ogni tanto a fare degli incontri tipo workshop sulla musica d’autore, dove alla fine lui racconta la sua esperienza.

Personalmente sono stato chiamato in una libreria a fare corsi di scrittura in cui a ogni puntata c’è un autore diverso. Lì la gente paga. Essendoci ogni volta un autore diverso, non è un vero e proprio corso di scrittura con un suo capo e una coda. È la libreria Massena 28 di Torino, che sta appunto in via Massena, 28. Oppure alla Scuola Holden, dove fanno questi incontri con scrittori già famosi che vengono pagati lautamente e la gente paga profumatamente per partecipare. Questo tipo di incontri esiste, ma io non li frequento perché faccio altro, gli spettacoli appunto, che sono la cosa migliore che so fare: le poesie cioè.

E il pubblico?

Quel che accomuna sia i reading, sia gli incontri/seminari è che per farli devi avere un pubblico. Altrimenti non si può fare. Te lo puoi essere formato sul web o in altri modi, ma devi avere un pubblico. Facendo tante di queste cose e diventando famoso in questo ambito. Se no non viene nessuno e nessuno quindi paga il biglietto. Ci vuole un pubblico che ti conosca e ti apprezzi, non come per il “tronista” di Maria de Filippi che prende 20.000 euro per stare venti minuti in una discoteca e la gente paga 20 euro per entrare. Ogni persona del tuo pubblico te la devi guadagnare. Ti devi guadagnare la sua fiducia.

Inoltre oggi non ci sono soldi. Un’opzione per promuovere i reading potrebbero essere i Comuni, le Regioni ma non ci sono soldi per questo. Bisogna far da sé. Però non tutto lo sforzo è invano. Se fai qualcosa di bello e il pubblico ti dà qualcosa in cambio, questo ti esalta. Perché aumenta il valore del mio lavoro. Però è dura. . .

Il fatto è che non so esattamente cosa tu, come autore, debba dare per riuscire a creare il tuo zoccolo di pubblico. Devi avere qualcosa di potente. Magari te lo sei creato tu oppure c’è qualcuno che ti aiuta a creartelo.

Parte IV

Ultimo

ULTIMO

Le storie sono asce di guerra da dispepillire.

VITALIANO RAVAGLI – WU MING

Questo testo non è un libro e neppure un e-book. È una porta di accesso alla comunità di chi è convinto che con le parole si possa narrare una storia e con una storia si possa cambiare il mondo. È una comunità di persone originali: sono coloro che di fronte alle difficoltà non rinunciano. Sono tra noi anche se a volte faticiamo a riconoscerli. Le loro tracce sono nascoste nei racconti che arrivano dai tempi di Spartaco, da quelli degli eretici, delle streghe, della Comune e dei partigiani di ogni luogo. Tutti insieme formano la comunità di chi non ha alzato bandiera bianca e ha consegnato una parte di sé e del proprio agire ai raccontastorie prima e agli scrittori poi.

La forza di cui gli e-book sono portatori viene da lontano, per questo rappresentano un mutamento che va oltre il semplice riassetto del mercato dei libri e ci spinge a guardare il cambiamento al livello più profondo della struttura umana. Lungo quella frontiera che chiamiamo evoluzione e di cui conosciamo ancora molto poco, nonostante quel tanto che la scienza ci mette a disposizione. La nostra vista si annebbia quando cerchiamo di alzare lo sguardo oltre il singolo individuo, verso i luoghi ove l'evoluzione incontra la società, cioè il qui e ora delle nostre vite. L'evoluzione viene sempre rimandata in uno spazio che è altrove rispetto alle nostre esistenze. L'e-book, allora, come veicolo della parola scritta, diventa un'occasione per tentare di attraversare questo passaggio stretto verso la conoscenza di sé e degli altri. Un viaggio iniziatico, quasi.

È la parola, infatti, quella scritta sui papiri prima e sui fogli poi, ad aver rappresentato il modo principale con cui le persone hanno condiviso non solo informazioni ma conoscenza. Dall'arrivo di Internet la diffusione delle informazioni è stata tanto dilagante da sovrapporsi al concetto di conoscenza. Oggi spesso si dimentica che l'informazione è solo un segno tracciato, che assume significato in un certo contesto. Senza un

contesto, una relazione, l'informazione è nulla. La conoscenza, invece, è come il pane: il prodotto della lievitazione di alcuni ingredienti che devono passare attraverso l'esperienza del corpo del panettiere e del tempo; attraverso l'esperienza della vita della persona che lo impasta e che attraverso di sé lo traduce in quel che sarà il prodotto finale: un quadro, un paio di scarpe, un pane, un libro o un e-book. Il tempo, quello necessario alla lievitazione originaria della pasta madre è "lento", affinché gli enzimi digeriscano gli elementi, le informazioni, e le trasformino. Con Internet è avvenuto *un salto*, cancellando l'esperienza del corpo e del tempo. Ora con l'arrivo di queste diavolerie elettroniche, adatte alla lettura, ci troviamo in una situazione dove tutto ciò assume forme ancora più radicali. Non c'è più un foglio, non c'è più la carta, sembra che la materia, e quindi il corpo, scompaia. Eppure. Eppure quel che abbiamo provato a raccontare con questo piccolo libro/e-book non è la fine di un ciclo. È un tentativo di iniziare a raccontare la storia nuova. La storia della parola che reincontra il corpo. Se la scrittura attraversa fino in fondo il processo di digitalizzazione, accade che il pensiero è costretto a reincarnarsi. Non trovando più supporto "stabile" su cui depositarsi (e confondersi) è costretto a reincontrare l'oralità: l'aspetto più arcaico delle capacità comunicative umane. Prima che il pensiero evolvesse in segno, il segno in alfabeto, l'alfabeto in parole scritte e le parole scritte in libri di carta pesanti e costosi, prima di tutto ciò, c'era la capacità del pensiero umano di costruire un mondo, il mondo di ogni giorno raccontando storie tra vicini. Non potremo più tra pochi anni (forse) prestare un libro di carta a un nostro amico o regalarlo nella forma del pacchetto. Se l'oggetto libro non ci sarà più, quella che non scomparirà sarà la capacità di raccontare storie e di condividere l'esperienza di un autore attraverso la parola correndo il rischio della condivisione di sé nella relazione.

E viceversa. Aumentano le possibilità di partecipazione per quel che ancora chiamiamo *pubblico*, con un'accezione prevalentemente passiva, ma che domani avrà un altro nome: un nome aperto alla condivisione e alla reciprocità. Alla *Coevoluzione*, come avrebbe detto un caro amico recentemente scomparso. La fine dei libri alimenta l'inizio di nuove storie. Se raccontare storie significa raccontare il mondo che sarà, questo è l'inizio di un mondo completamente differente da quello che ci immaginiamo e che abbiamo vissuto fino ad oggi. Questo libro è strano, perché in parte è il racconto in presa diretta di un fenomeno mentre si sta svolgendo dentro di me e fuori di me. È quindi carente di dati e di metodi.

Dati e metodi, peraltro, che possono soltanto inquadrare il passato, non contattare il processo mentre si dipana di fronte ai nostri occhi, tra le nostre mani. È anche il racconto di come personalmente abbia vissuto il passaggio da scettico degli e-book a sostenitore convinto. Partigiano anche. Partigiano come lo è stato mio nonno e quelli prima di lui con armi differenti. Le armi delle parole consapevoli.

NOTA BIOGRAFICA

Mauro Sandrini ha iniziato a leggere da piccolo e non ha più smesso. Quando ha sentito parlare degli e-book è saltato sulla sedia e ha detto “allora lo scrivo davvero questo libro! Pardon, e-book”.

Professionalmente si occupa di e-learning e formazione. Ha diretto il centro e-learning dell'Università degli Studi di Teramo e attualmente gestisce la comunità professionale *Elearning & Innovazione* (www.elearningeinnovazione.org), una delle comunità più attive sulla formazione a distanza in ambito nazionale.

E-mail: msandrini@gmail.com

Finito di stampare
nel mese di gennaio 2011
per la Homeless Book presso la
Stampa Offset Ragazzini & C.
via Masoni 26 · 48018 Faenza
☎ 0546 28230 · ☒ 0546 680011