

Notizia

E-book: un nuovo modo di leggere, un nuovo modo di scrivere

In occasione della nascita di www.ebook.it, il nuovo portale del libro elettronico, si è tenuto a Roma un convegno a cui hanno presenziato autori, editori, esponenti politici, professionisti e docenti universitari.

21/07/2010, [Eventi](#), [Commenti](#)



di *Alessia Belcastro*

Forse Johann Gutenberg non aveva fatto i conti, circa cinquecento anni fa, con l'idea di doversi difendere da un concorrente che probabilmente rivoluzionerà il mondo, come lo fece lui con l'invenzione del torchio da stampa: l'e-book. L'idea di poter leggere delle pagine senza sfogliarle, di poter avere nello stesso momento diversi libri e poterli leggere anche contemporaneamente, interagire con loro corredandoli di una colonna sonora personalizzata o di un particolare colore delle pagine non è più un sogno, si chiama e-book.

La tecnologia ha fatto e sta facendo passi da gigante, come lo hanno dimostrato alcuni esperti intervenuti al dibattito organizzato da **Key4biz** presso la Sala della Mercede della Camera dei Deputati. Risparmiare sulle spese di creazione, di produzione e distribuzione, annullare gli errori di stampa, il problema degli spazi per la conservazione è ormai possibile grazie al passaggio dalla carta al bit e alla dematerializzazione del libro stesso, come ricorda **Enrico Meduni**, docente dell'Università di Roma Tre. I vecchi scaffali delle librerie, noti per avere una disponibilità di spazi limitata nel tempo, verranno soppiantati da memorie virtuali che si fanno di giorno in giorno sempre più estese. Non ci si dovrà più sentire in colpa per aver chiesto al commesso un libro sconosciuto che probabilmente giace nelle mensole più impolverate delle librerie perché ci sarà Google che probabilmente avrà pensato bene di scansionarlo.

È certo che una rivoluzione di tale portata, come tutte le rivoluzioni, non trova piena adesione da parte della popolazione. I più tradizionalisti sentiranno la mancanza del fragore delle pagine sfogliate, del profumo del libro appena stampato, del fiore ritrovato dopo anni di abbandono tra i libri della biblioteca di casa. Sicuramente chi abbraccerà la novità, alcuni consapevolmente e altri meno, saranno i giovani. Ma non solo. Già tra i lettori "scientifici e professionali", questa nuova tecnologia ha trovato terreno fertile; un po' grazie alle università e agli enti di ricerca che, sulla scia della Stanford University, hanno iniziato a creare network di talenti in grado di poter liberalizzare i saperi ed abbattere le barriere delle royalties. Quel che è certo è che l'e-book creerà un nuovo tipo di sapere, e soprattutto un nuovo modo di fruire del sapere, abatterà quei limiti che il libro tutt'ora presenta e, come è successo ormai qualche anno fa con la musica, metterà in discussione i principi dell'editoria stessa.

La presenza della consulente per l'editoria digitale dell'Associazione Italiana Editori, **Cristina Mussinelli**, ha aiutato ad analizzare meglio l'utilizzo di Internet da parte della popolazione italiana: il 55% degli italiani ne fa un uso discreto, mentre solo il 34% lo fa in maniera assidua. Indagando in modo più dettagliato si possono delineare cinque grandi gruppi di utenti delle nuove tecnologie in genere: tre di questi usano le nuove scoperte in modo limitato mentre i restanti due gruppi si possono dividere in eclettici (usano tutti i tipi di sistemi tecnologici senza alcun problema) o technofan (possiedono un prodotto tecnologico solo per moda e non per interesse). La fascia giovanile, quella cioè compresa

tra i 20 e i 34 anni, sono i più interessati alle ultime uscite sul mercato e incentivano lo sviluppo delle cosiddette "keitai novel", ossia romanzi pubblicati prima in versione digitale e, solo in caso di buona riuscita, stampati su supporto cartaceo.

La spinta alla digitalizzazione del mercato editoriale è partita dalle piccole case editrici che hanno dovuto scontrarsi con le grandi aziende, resistenti alle novità e disincentivate dalla legislazione europea in materia di IVA applicata agli e-book, ferma al 20%. Key4bitz ha lanciato, a questo proposito, una campagna nazionale per l'abbassamento dell'IVA al 4% che ha trovato il pieno appoggio del senatore **Vincenzo Vita**, presente al dibattito. La confusione tra mezzo e messaggio, la mancata presa di coscienza della rivoluzione culturale in atto, la non curanza della politica nei confronti dell'e-book e delle nuove tecnologie possono portare a non sfruttare a pieno la chance che ci viene data dalle nuove scoperte: l'alfabetizzazione può essere incentivata con un clic di mouse, perché allora non investirci più energie? Perché non rivedere la legge sul diritto d'autore magari aggiornandola con i nuovi indici di gradimento e di consumo? Sicuramente il decreto Bondi sull'equo compenso non ha aiutato il percorso della digitalizzazione della cultura, come ricorda Guido Scorza, Presidente dell'Istituto delle Politiche dell'Innovazione. La strada dell'e-book, soprattutto in Italia, è in salita per colpa del legislatore.

Piccoli passi avanti, invece, sono stati fatti nel campo dell'editoria scolastica. Grazie a Adiconsum, rappresentata per l'occasione dal Presidente nazionale **Pier Pietro Giordano**, si sta percorrendo la strada della digitalizzazione dei libri di testo in modo da abbattere i costi per le famiglie, che ogni anno devo andare in contro ad ingenti ed inderogabili spese, e migliorare l'apprendimento degli studenti italiani. Molti problemi permangono, come quello della mancanza di copertura delle fibre ottiche sul territorio nazionale; troppi interessi contrapposti, mancanza di competitività e poca chiarezza nella gestione delle infrastrutture rallentano lo sviluppo della velocità di trasmissione dati.

La domanda di digitalizzazione trainerà l'offerta di mercato, i pagamenti non avverranno più in dollari, tipici del sistema analogico, ma in centesimi. Verranno, quindi, abbattuti i prezzi e aumentati i canali di fruizione della cultura. Basti pensare al fenomeno delle televisioni in banda larga. L'esempio di Google tv sta facendo scuola alle nuovi emittenti che si affacciano sul web. La pubblicità si dovrà quindi adeguare, diventando qualitativa e non più quantitativa. **Gianni Celata**, docente di economia dell'informazione e della comunicazione presso l'Università di Roma La Sapienza, ha voluto ricordare come la televisione, riadattata alle nuove tecnologie, tornerà a farla da padrone nei salotti delle famiglie italiane. Sicuramente non sarà il digitale terrestre la tecnologia del futuro, come spiega l'ex ministro delle Comunicazioni, **Paolo Gentiloni**, ma, comunque, la politica dovrà proseguire sulla strada della proliferazione dei canali e dell'incoraggiamento alla competizione tra le major garantendo una migliore offerta televisiva e mantenendo in vita il sistema pubblico.

La rete ha tutte le carte per poter incentivare la democratizzazione e la proliferazione dei saperi a livello globale, devono, però, essere tutelati il diritto alla privacy e la neutralità mettendo fine al regime di copyright, inimmaginabile ai tempi di Gutenberg.

Commenti

©2008 Ferpi - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana.