

ex libris

In ultima analisi il motivo per cui l'amore e la compassione portano la felicità più grande risiede semplicemente nel fatto che la nostra natura li preferisce a ogni altra cosa

Dalai Lama
«L'arte della compassione»

CATALOGHI, LA SCATOLA DELLE MERAVIGLIE

Maria Gallo

Tanti disprezzano i cataloghi di vendita per corrispondenza. Eppure sono questi che, sfogliati avidamente nelle estenuanti ore d'attesa trascorse in aeroporto, distruggono le nostre menti da insulse meditazioni, perché quanto più la loro logica apparirà lontana dal senso comune, tanto più i nostri neuroni s'imbarcheranno per il meraviglioso mondo degli oggetti incredibili, dimenticando le piccolezze della nostra realtà. In queste wunderkammer cartacee la catalogazione è piuttosto rigida. Ci sono strumenti per la cura del corpo e della mente, si trovano macchinari che rendono più sicura e pulita la casa, articoli da lavoro e per il tempo libero. Un'organizzazione quasi scientifica, resta solo da capire a quale scienza si siano appellati i produttori dei singoli prodotti. Alla scienza della comunicazione? Forse, a giudicare dalle custodie per vhs e dvd, realizzate come finti libri antichi, con tanto di finte macchie sul finto cuoio di copertina. I dieci piccoli volumi

dichiarano, esternamente, di contenere l'opera omnia di W. Shakespeare. La sibilina didascalia, accanto alla foto, suggerisce di utilizzare il prodotto per «proteggere» alcuni dei nostri video. Gli intellettuali potranno rifarsi con dei veri libri, da stipare nella libreria ricavata all'interno della perfetta riproduzione del sarcofago di Tutankhamen. Una copia iperrealista, con tanto di dorature, mascherone e decori, alta quasi due metri, che si apre per scoprire al suo interno 14 mensole: potrebbero ospitare, forse con un po' di fastidio, l'intera opera di Christian Jacq. Dopo l'intelletto coccole per il cranio, con quello che potremmo definire un «grattatore». Il suo uso potrebbe far impazzire di piacere tutti quelli che frequentano il parrucchiere non per taglio e colore ma per il fremito di gioia provocato dalle dita della shampista, durante il lavaggio dei capelli. Questa sorta di cuffietta in fil di ferro, funziona secondo lo stesso principio: si poggiano le sue punte



arrotondate sulla superficie craniale, si agita leggermente in varie direzioni e, pare, scatta immediata la funzione antistress. Infine il pensiero. Il nostro io non avrà più segreti per il resto del mondo dopo che avremo indossato il cappello «messenger». Trattasi del solito cappello in tela, modello pescatore di trote della domenica, a cui è stata aggiunta, sul fronte, una taschina forata. Qui è inserito un display a cristalli liquidi su cui possono scorrere un massimo di 10 messaggi, composti da circa 250 caratteri. La didascalia suggerisce di utilizzare il cappello per mostrare a tutti il nostro vero pensiero. Inutile addentrarsi ora in una disquisizione su libertà di pensiero e privacy, poiché un altro dubbio ci assale: il limite di dieci messaggi riflette il pessimismo dell'autore (convinto che nessuno riesca a elaborare un numero maggiore di pensieri al giorno) o l'invidia del venditore, che ha un solo pensiero fisso? (fine prima puntata)

Passioni uniti si vince
Per il lavoro. Per la pace. Per la giustizia
Un film di opposizione

in edicola con l'Unità a € 4,10 in più

orizzonti

idee | libri | dibattito

Passioni uniti si vince
Per il lavoro. Per la pace. Per la giustizia
Un film di opposizione

in edicola con l'Unità a € 4,10 in più

NO COPYRIGHT

I libri liberati



“ E se Internet funzionasse come un mezzo veloce per il passaparola? ”

“ Negli Usa alcune esperienze hanno dimostrato di sì ”

Particolare di una tastiera del computer che permette anche di scrivere in ideogrammi

Wu Ming 2

Negli ultimi tempi, il dibattito su diritto d'autore e relative violazioni, assume sempre più spesso le forme di un'altra disputa, quella sul trattamento della tossicodipendenza. In entrambi i casi, le questioni in ballo sono sia di natura pratica che etico-morale, ma le seconde - su cui chiunque può dire la sua - prendono comunque il sopravvento, facendo dimenticare (o addirittura falsando) cifre, dati, esperienze concrete. Risultato: non si arriva da nessuna parte, prevalgono le idee preconcepite, mentre sedicenti «addetti ai lavori» dimostrano di non avere nemmeno una vaga idea di quello che stanno dicendo. In un caso come nell'altro, gli sforzi di chi cerca di tenere i piedi per terra, portare esempi reali, citare precedenti, alla lunga sono votati al fallimento, poiché si sa, anche una dimostrazione matematica - volendo - può essere soggetta a valutazioni del tutto extra-scientifiche. A meno che... A meno che non si intervenga per tempo. Se il mondo della musica è ormai allo sbando, incapace di inseguire i mutamenti che presto spazzeranno via la produzione discografica così come la conosciamo, nel campo editoriale l'isteria non è ancora alle stelle, e forse c'è lo spazio per una discussione più attenta alla realtà delle cose. In questa prospettiva, almeno tre esempi emblematici andrebbero presi in considerazione.

1. Due anni fa, all'inizio del 2001, lo scrittore di fantascienza Eric Flint ha dato vita a un progetto rivoluzionario. Ha convinto il proprio editore a costruire una biblioteca virtuale, con accesso gratuito, dove rendere disponibili molti romanzi della casa editrice tuttora in commercio nelle librerie. Senza nessun tipo di iscrizione a pagamento, è possibile collegarsi al sito www.baen.com e scaricare sul proprio computer la versione elettronica di decine di romanzi, in cinque diversi formati di presentazione. Operazione suicida, si potrebbe pensare. Ogni testo scaricato è una copia non venduta, direbbero certi analisti di mercato al soldo delle multinazionali del disco. Ebbene, qualunque considerazione di carattere «ideologico» viene spinta nell'angolo da un dato inconfutabile: la maggior parte degli autori ha AUMENTATO le vendite da quando i suoi libri sono comparsi sugli scaffali della biblioteca di Eric Flint. Un esempio su tutti: *Mother of Demons*, dello stesso Flint, ha venduto 9694 copie dal settembre '97 a fine 2000. Nell'anno e mezzo successivo, col testo liberamente scaricabile dal sito, ha raddoppiato le vendite in libreria: 18500 copie. Senza dubbio quest'aumento può essere giustificato in molti modi. Il romanzo in questione è l'esordio di Flint, che nel frattempo è diventato un autore più noto, dunque più venduto. Atteniamoci dunque al risultato minimo: la presenza di questo romanzo nella biblioteca gratuita non ha danneggiato né Flint né l'editore. Lo stesso, se permettete l'autocitazione, è accaduto a Wu Ming/Luther Blissett. *Q*, il romanzo che da più tempo è disponibile gratis in diversi formati sul sito www.wumingfoundation.com, continua a vendere molto bene nella versione cartacea, e non accenna a smettere. Ma c'è di più. Chi sostiene che la disponibilità on-line di un prodotto culturale (che sia musica, narrativa o altro) nuoce alle vendite di quel prodotto sotto qualsiasi forma, può sottoporre alla nostra attenzione grafici disastrosi, senza tuttavia poter dimostrare il nesso fondamentale tra calo delle vendite e *downloads* gratuiti del prodotto. Al contrario, Eric Flint può esibire migliaia di e-mail nelle quali i lettori dei suoi romanzi affermano: di aver scaricato un suo testo per vedere com'era, di averne lette alcune pagine a video, di aver visto che ne valeva la pena, di essere corsi ad acquistarlo in libreria, o di averne regalate in giro diverse copie, o di averne parlato bene a molti amici (tutta pubblicità gratis...). In ogni

caso: se qualcuno ha letto il libro grazie alla biblioteca, ma non ha comprato la copia su carta e non ne ha parlato in giro, resta comunque uno che senza la biblioteca non avrebbe comprato *tout court* e che non può essere considerato un «danno» per le vendite di Flint. Zero da zero non fa meno uno. Inoltre, il passaparola funziona anche al contrario: se uno resta deluso da un libro per cui ha pagato 15 euro, ne consiglierà l'acquisto anche ad altri. Se invece gli succede con un testo disponibile gratuitamente, basta che dica: «A me non è piaciuto, ma prova tu stesso...». Nessun venditore di auto vieta ai potenziali acquirenti un giro di prova sui suoi modelli, con la scusa che gli consumano le gomme e la benzina. Se lo facesse, potrebbe chiudere baracca.

Eric Flint ha convinto la Bean Books a mettere in rete alcuni titoli in catalogo: la maggior parte ha visto aumentare le copie vendute

ge. Molti, nel mondo discografico, rispondono a esempi come questi sostenendo che gli editori sono fortunati, perché il libro resta un oggetto unico, difficilmente riproducibile, a differenza del CD. Senz'altro una differenza importante, ma non sostanziale. Come dimostra il prossimo esempio.

2. La casa editrice O'Reilly è specializzata in manuali - cartacei e on-line - su linguaggi di programmazione, software, nuove tecnologie. Non è una presenza piccola, sul mercato. Alcuni titoli del catalogo vendono centinaia di migliaia di copie. Ora, un manuale di questo tipo non è il classico oggetto che ingenera feticismo: anche stampato su fogli A4 svolge bene la sua funzione. Eppure, le vendite in libreria dei testi che sono venduti anche on-line - suscettibili dunque di essere piratati - non ha subito flessioni. Secondo O'Reilly, tale «pirateria» fa parte comunque dei rischi

Uno scrittore, una casa editrice, un'Università: tre esperimenti di editoria on line che hanno aiutato anche le vendite in libreria

del commercio, tanto quanto il furto in una libreria «fisica». Con la differenza che il furto è più dannoso, perché fa sparire un testo dagli scaffali, ma non dai registri del negozio, in modo che il libraio finisce per non riordinarlo, credendo di averlo, e i potenziali compratori finiscono per non trovarlo (e questo potete segnalarlo davvero come «meno uno»!). O'Reilly aggiunge di non avere nulla in contrario se un acquirente di un suo libro on line lo mette in condivisione tramite Internet. Da che mondo è mondo, i libri si prestano. Questo tipo di «pirateria», al peggio, è una sorta di tassazione progressiva: colpisce un autore quanto più è famoso, e lo ricambia rendendolo ancor più famoso. In fondo, per un qualsiasi artista, l'oscurità è un nemico molto peggiore della pirateria. Il discorso è diverso se qualcuno mette in vendita un suo manuale su un altro sito. La cosa sorprendente, però, è che simili viola-

zioni vengono segnalate dagli stessi lettori. O'Reilly ha una spiegazione per questo. Sul sito della casa editrice c'è una sezione particolare: si chiama Safari Bookshelf. Con dieci dollari al mese è possibile sottoscrivere questo servizio, che permette una ricerca per parole chiave all'interno di tutto il catalogo. L'utente può poi inserire i testi che più lo interessano in uno scaffale virtuale con dimensioni limitate (ci stanno un certo numero di libri e basta), per una durata di 30 giorni, rinnovabili. I testi dello scaffale si possono leggere integralmente, nonché stampare. Nessun sito pirata offre altrettanto. E gli utenti ritengono che O'Reilly si sia guadagnato i suoi 10 dollari. Quest'esperienza dimostra che la «pirateria» si combatte con servizi competitivi a prezzi competitivi. Se il futuro ci regalerà libri elettronici talmente straordinari da mandare in soffitta le versioni su carta, gli «editori» si potranno sempre offrire servizi come questo: siti che selezionino i testi migliori dal *mare magnum* delle pubblicazioni mondiali, che propongano «nuovi autori», che non abbia-

no un costo eccessivo, che permettano di scaricare copertine particolari, più altri servizi interstuziali. Quando simili prodotti vedranno la luce, dobbiamo supporre che anche il pagamento on-line si sarà evoluto. Che basterà un clic per pagare a un certo autore due o tre euro per scaricare un suo testo trovato nel sito del tal editore, più la copertina, più altre notizie, più la rassegna stampa. Io immagino che i clic sarebbero molti (e metterebbero nelle tasche degli autori più soldi delle attuali royalties dieci-per-cento-sul-prezzo-di-copertina...). E certo: innescherebbero scambi on-line, e passaparola e quant'altro. Che male c'è? Se persino il prestigioso Massachusetts Institute of Technology si sta muovendo in questa direzione...

3. Il progetto OpenCourseWare del MIT è un tentativo di riportare l'Università al suo scopo originario: rendere universale la cultura, piuttosto che razionalarla e rivenderla solo a chi può permettersela. All'indirizzo <http://ocw.mit.edu>, fin dall'ottobre dello scorso anno, sono consultabili i materiali di insegnamento utilizzati dai docenti di numerosi corsi tenuti al MIT. Nel giro di quattro o cinque anni il progetto conta di coprire l'intero spettro dei 2000 corsi che si svolgono nell'istituto. Da un lato, come detto, il progetto ha una funzione sociale. Senza poter godere di tutti i servizi riservati agli iscritti, molte persone potranno accedere al contenuto delle lezioni di uno degli istituti più prestigiosi del mondo. Tra queste molte persone sono compresi anche i professori di altre università, che potranno utilizzare quei materiali, nonché integrarli ulteriormente, in una sorta di «docenza open source» dalla quale gli studenti hanno tutto da guadagnare. In realtà, anche Charles Vest, presidente del MIT, spera di guadagnarci qualcosa. E non solo prestigio, fama, riconoscimenti. In molti di questi corsi, infatti, si fa riferimento a testi editi dallo stesso MIT.

Vest è sicuro che le vendite di quei testi registreranno un'impennata. Gli basta citare, a questo proposito, l'esperienza di un'altra istituzione accademica, la National Academic Press, che sul sito <http://books.nap.edu> ha reso accessibili tutti i 2100 volumi del suo catalogo. Volumi costosi, come sono spesso questi manuali (la Nap pubblica per l'Accademia delle Scienze, l'Istituto di Medicina e l'equivalente americano del nostro Cnr). Volumi in vendita, in un'altra sezione del sito. Ebbene, con 40.000 copie vendute on-line, lo scorso anno si segnala come il più redditizio per la Nap. Senza, tuttavia, che si siano registrate flessioni nelle vendite tramite altri canali (numero verde, librerie, club...). Questi esempi dimostrano che ci sono alternative praticabili per salvaguardare i diritti degli utenti, sfruttare al meglio le potenzialità della Rete e avere bilanci in attivo. Molte delle grandi multinazionali dell'intrattenimento sono cadute nella trappola repressiva e stanno pagando le conseguenze di una lotta impari contro la società intera. Altre possono seguirle sulla stessa strada oppure scoprire che, oltre i pregiudizi, può sopravvivere un profitto più «etico», più responsabile, ma non per questo meno soddisfacente.

Un progetto del Mit inaugurato un anno fa è riuscito a rendere universale la cultura piuttosto che rivenderla o razionalarla

clicca su

www.baen.com
www.oreilly.com
<http://books.nap.edu>
<http://ocw.mit.edu>