

Libri, giornali, riviste: il mondo della carta stampata è in subbuglio e alla vigilia di una rivoluzione dagli esiti incerti. iPad potrebbe cambiare le carte in tavola?

—Silvio Sosio

# iPad e il futuro

Secondo il futurologo Ross Dawson, nel 2027 in Italia scompariranno i giornali come li conosciamo oggi. Secondo Gian Arturo Ferrari, presidente del Centro per il libro del ministero dei Beni culturali, spariranno gli editori, anche se il "quando" ancora non è ben chiaro. In entrambi i casi, nessuno è tranquillo, e in entrambi i casi proprio l'iPad e i dispositivi simili sono visti come una delle possibili vie d'uscita. Ripartiamo dall'inizio e vediamo cosa sta accadendo e che ruolo può giocare il tablet di Apple.

## La fine della gratuità

Abbiamo già vissuto tutto questo, nel mondo della musica. Fin da ragazzi siamo stati abituati all'idea che acquistare musica significava ricevere in cambio qualcosa di tangibile: quei bellissimi album con dischi di vinile da 12 pollici quando eravamo più giovani, poi scatoline di plastica trasparente con dentro un libretto e un disco iridescente. Finché a un tratto non c'era più bisogno di

possedere cose fisiche per ascoltare musica: bastava copiare dei file, e visto che gli utenti sono sempre più veloci ad adeguarsi al mondo che cambia rispetto all'industria, ci siamo abituati a copiare i file molto prima che a pagarli per poterli scaricare. Non abbiamo avuto, insomma, il tempo di abituarci all'idea che ciò che una volta pagavamo non era l'album di cartone, il disco di vinile, la scatola di plastica o il disco iridescente; quelli erano solo la confezione, ciò che pagavamo era la musica, la creazione, l'informazione. Nessuno ce lo ha detto finché non è stato troppo tardi.

L'era di Internet ci ha abituati al gratuito, non solo quello illegale, ma anche quello pagato dalla pubblicità. Quindi abbiamo smesso di comprare il giornale per leggere gratis la versione web, abbiamo rinunciato a molte riviste per leggere le news direttamente online, magari sui siti delle stesse riviste che prima acquistavamo. Ci siamo abituati insomma a pensare che ciò che è

fatto di bit sia per sua natura gratuito. E quando ti entra in testa una cosa del genere, è dannatamente difficile farla uscire. L'aspetto rivoluzionario del sistema operativo di iPhone è che propone un modo nuovo, diverso di usare Internet: attraverso App specializzate, in molti casi poco più che un'interfaccia per una web application, ma pensata per sembrare una funzionalità specifica del proprio dispositivo. Questo effetto psicologico, combinato con la facilità di acquisto garantita dall'iTunes Store di Apple, incluse anche le vendite "in-app", cioè di servizi o integrazioni all'interno di un'applicazione, "magicamente", per usare un termine caro a Steve Jobs, riesce a superare la sindrome del "voglio tutto gratis". Quasi senza accorgersene, l'utente torna ad acquistare.

## I quotidiani sull'iPad

Un caso molto interessante è quello dei quotidiani. Quando è uscito l'iPad

si è fatto un gran parlare di come giornali e riviste sarebbero cambiati, diventando interattivi, personalizzabili, autoimpaginati, pieni di video e multimedialità. Clamorosamente, è accaduto l'esatto contrario.

L'utente Internet è abituato da anni ad avere siti web interattivi, multimediali e quant'altro, e li considera ormai un diritto acquisito e gratuito. Ciò che l'iPad invece gli ha saputo mettere a disposizione è stato il giornale "vero", quello che ha sempre dovuto acquistare in edicola. Così, mentre *Wired* americana si lanciava in applicazioni fantascientifiche e *Wired* italiana saliva in cattedra spiegando che in Italia stavamo sbagliando tutto, è venuto fuori che l'utente era invece ben contento di trovarsi, alla mattina, la nuova edizione del *Corriere* o di *Repubblica* sul suo iPad, l'edizione vera, quella con gli articoli lunghi e

**L'App Repubblica+ propone il giornale identico a quello in edicola, arricchito solo da qualche video e qualche foto in più**

approfonditi, da poter leggere con tutta tranquillità facendo colazione. È vero che su iPad si può sentire musica o vedere video, ma lo stesso si può fare con un iPod o con un computer. Dove iPad è vincente è sulla lettura: è la lettura l'attività per la quale iPad è più comodo di ogni altro dispositivo. Ed ecco, quindi, che iPad diventa la piattaforma ideale per leggere un quotidiano. E l'aspetto più interessante è che l'utente è persino disposto a pagare per farlo, invertendo così quel fenomeno di cui parlavamo prima: finalmente l'editore è di nuovo in grado di vendere il proprio prodotto. Quando sono uscite le App di *Repubblica* e del *Corriere*, seguite poi da altri quotidiani, hanno avuto una diffusione spaventosa: in quel primo periodo di prova, il giornale era gratuito. Dopo qualche mese, entrambe sono diventate a pagamento, cioè l'utente doveva

spendere qualche euro, di abbonamento (comunque molto meno del costo del quotidiano cartaceo). L'uso delle due applicazioni è ovviamente crollato, ma la base che vi è rimasta attaccata è comunque notevole e in crescita. Una nota interessante: più o meno tutte queste App che, in sostanza, mettono in grado l'utente di navigare attraverso i grossi PDF dei quotidiani (la cosa in realtà è più complessa, ma sorvoliamo) sono produzioni di software house italiane, come la Paperlit con sede a Menlo Park, California e a Cagliari, o la Semplicissimus (famosa soprattutto per l'impegno nel settore e-book), o la Padpyrus.

### Ma si possono leggere anche i libri su iPad?

L'iPad, rispetto al Pc, è più adatto alla lettura, ma, se scendiamo lungo questa strada, troveremo che



**Wired** ha inventato la rivista per iPad con la navigazione a croce: di lato cambi articolo, in basso cambi pagina



Abbiamo accennato a come la protezione dalla copia sia, alla fine, solo una punizione per il cliente onesto. Ma c'è un modo più civile di proteggere il libro venduto, ed è il cosiddetto watermarking, chiamato anche "social DRM". Molto semplicemente, al libro viene aggiunta una paginetta dove c'è scritto "questo libro appartiene a", con il nome dell'acquirente. Possono esserci anche altri dati, come la data dell'acquisto e il numero dell'ordine. Non è una novità: una cosa del genere la usa anche Apple nei brani musicali da quando ha eliminato la protezione anticopia. Per l'utente questa protezione non comporta alcun fastidio; anzi, è una sorta di "ex libris" che può anche fare piacere. In qualche caso viene usato anche per la dedica quando l'e-book viene regalato. Non impedisce in nessun modo di copiare il file da un dispositivo a un altro, o di convertirlo in un formato diverso. La sua fun-

zione, molto semplicemente, è quella di scoraggiare l'utente dal distribuire una cosa col suo nome sopra. Non è impossibile rimuovere il watermarking dall'e-book. Bisogna saperlo fare; in effetti, è più difficile rimuoverlo (che cambia di negozio in negozio e quindi richiede conoscenze tecniche all'utente per cercarlo, toglierlo e riassemblare il libro) che non il DRM Adobe (che è standard e quindi può essere eliminato rapidamente una volta installati un paio di script scaricabili dalla Rete). Ma più che la forza bruta, il watermarking cerca di usare la ragionevolezza: "Non ti abbiamo imposto una protezione fastidiosa e limitante, in cambio ti chiediamo di essere altrettanto onesto". Funziona. Molto più del DRM anticopia, una volta eliminato il quale l'utente si sente del tutto libero non solo dalla protezione ma anche da qualsiasi obbligo morale.

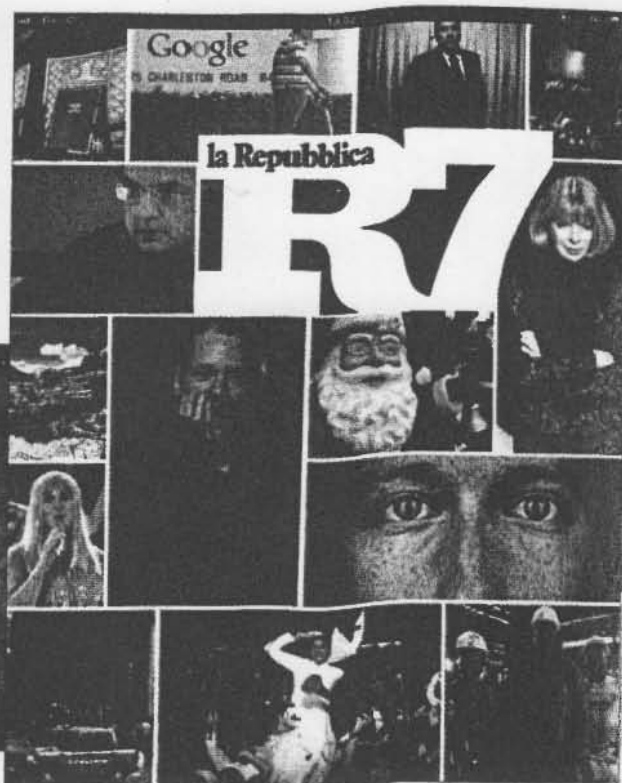
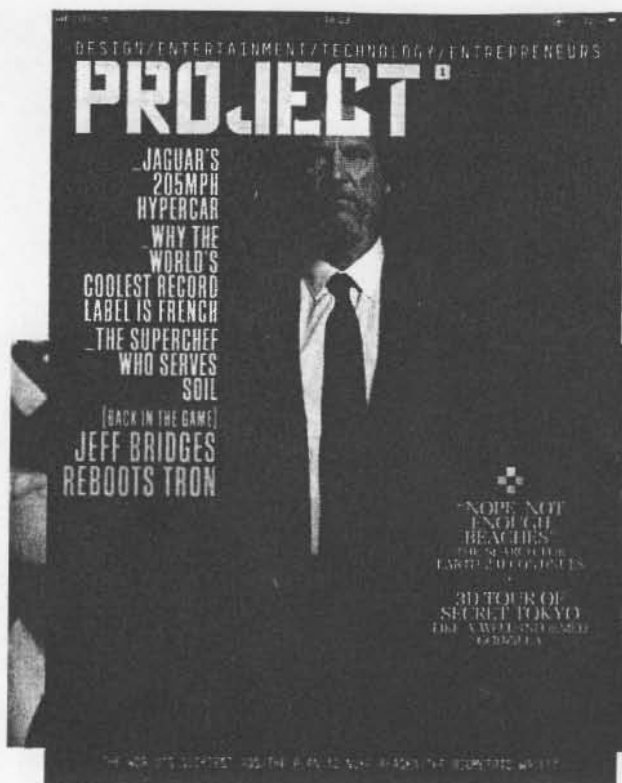


Il watermark di un libro con social DRM acquistato dall'autore dell'articolo: una paginetta in fondo al libro che ricorda chi lo ha comprato. Nulla di fastidioso, anzi a suo modo piacevole

esistono altri dispositivi ancora più specifici: gli e-book reader. La caratteristica principale di questi dispositivi è il display e-ink, o e-paper, un tipo di schermo non retroilluminato che non richiede energia per essere mantenuto attivo. I pixel sono cristalli che possono essere orientati in varie direzioni e apparire neri, bianchi o in alcune tonalità di grigio; ma, una volta in posizione, la mantengono senza bisogno di corrente elettrica. Un e-book reader quindi consuma pochissimo la batteria e può essere ricaricato anche solo dopo diverse settimane e rispetto a un iPad pesa molto meno (cento o duecento grammi contro i settecento del tablet Apple). Molti sostengono che leggere su un

e-book reader è più confortevole che leggere su un iPad, soprattutto per il fatto che la pagina non è retroilluminata, per i minori riflessi e per il fatto che uno schermo LCD al sole diventa molto difficile da leggere. Alla prova dei fatti, ci sono pro e contro da entrambe le parti. Ad esempio, a molti capita assai più di frequente di leggere a letto (dove la retroilluminazione dell'iPad consente di farlo senza accendere la luce e disturbare chi dorme accanto) che non all'aperto in pieno sole. E anche la grafica di iBooks, un po' di colore ogni tanto, l'animazione del cambio pagina, sono aspetti che rendono la lettura più piacevole. Inezie, certo, ma del resto se ogni volta che si parla di e-book sembra che la cosa più importante dei libri sia l'odore della

carta, forse anche le inezie hanno il loro peso. Dando uno sguardo in avanti, inoltre, non sembra così sicuro che il futuro del libro elettronico sia legato ai lettori e-ink. Samsung ha rinunciato a questa tecnologia, come pure Barnes & Noble per il suo nuovo Nook; stanno cominciando ad apparire lettori e-book con schermo LCD che costano fra i cento e i centocinquanta euro mentre i lettori e-ink non sembrano riuscire a scendere sotto i 200: unica eccezione il Kindle di Amazon, che però può permettersi vendite sottocosto, recuperando con la vendita dei libri elettronici. Se la tecnologia e-ink non riuscirà ad abbattere i costi e ad aumentare la capacità produttiva, l'esplosione del



R7 è il settimanale di Repubblica impaginato e concepito per iPad

La rivista della Virgin aggiunge la socialità: forum e condivisione sui social network sempre a portata di mano

mercato del libro elettronico potrebbe essere supportata soprattutto da lettori LCD e in generale dai tablet, e quindi iPad potrebbe acquisire un ruolo centrale in questo mercato rispetto al quale, per ora, è rimasto un po' ai margini. In particolare in Italia.

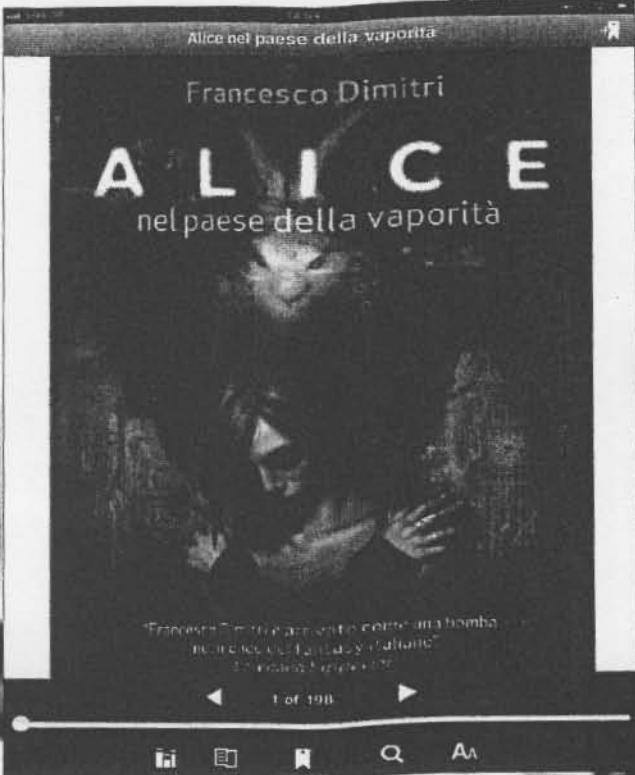
### iPad e i libri con il lucchetto

In Europa e soprattutto nel nostro Paese il rapporto di iPad con gli e-book è partito molto male. iPad è uscito in maggio e ancora oggi l'iBooks Store non ha cominciato a ospitare libri di editori italiani, né sembra esserci chiarezza su quando questo avverrà. Probabilmente presto, con la speranza di un "presto" più breve degli anni necessari per veder arrivare i film su iTunes. La mancanza di una politica chiara e di un chiaro riferimento agli e-book nel marketing dell'iPad ha probabilmente anche contribuito

alle scelte dei principali editori italiani, che nell'autunno 2010 sono "scesi in campo" con i loro cataloghi di libri elettronici ignorando completamente il tablet Apple. La gran parte dei grossi editori infatti, e facciamo i nomi di Mondadori, gruppo Mauri Spagnol, Rizzoli, Feltrinelli, Garzanti, ha scelto di mettere in vendita i propri libri protetti dal DRM Adobe, una protezione che li rende illeggibili su iBooks (che accetta solo libri non protetti o protetti col DRM-Apple). Gli utenti iPad sono stati quindi tagliati fuori dalla possibilità di leggere questi libri (non di rado questo dettaglio non era nemmeno indicato), perché né iBooks, né Stanza o altri lettori presenti sulla piattaforma, fino a poco tempo fa, erano in grado di decodificare questo tipo di protezione. Il mercato e-book italiano, insomma, è partito tagliando fuori il lettore di e-book di

gran lunga più diffuso (almeno 150.000 esemplari stimati prima dei regali di Natale). Dopo l'apertura di Apple ai software compilati con linguaggi di terze parti è arrivata l'App BlueFire Reader e questo limite è stato in teoria rimosso; certo, l'utente iPad deve sapere che è necessario installare questa applicazione, deve sapere come autorizzare l'e-book protetto e come caricarlo sull'iPad, e non può usare iBooks (BlueFire Reader è decisamente molto meno "sexy"). Solo ora stanno arrivando i primi lettori che supportano il DRM Adobe su sistema operativo Android; e chissà quando accadrà per i tablet con sistemi operativi diversi in arrivo a breve, come quelli di RIM o HP. Insomma, a essere cattivi non è poi così impossibile leggere un e-book protetto su iBooks; per poterlo fare bisogna sprotggerlo, cosa illegale, certo, ma alla portata di chiunque

L'idea della rivista cartacea portata su iPad in PDF non è solo italiana: questa è SciFiNow, una rivista di fantascienza inglese



on sia proprio digiuno di formatica. Ancora una volta, una lezione per il DRM, che serve solo a infastidire gli utenti onesti e a ridurre le vendite, mentre gli altri girano attorno senza la minima fatica. Anche giusto però far notare che in tutti gli editori hanno seguito questa politica; alcuni, anche grandi come Giunti, DeAgostini, Newton Compton, e tantissimi piccoli (citerò usualmente Delos Books, che pubblica tra l'altro i popolari romanzi di vampiri di Charlaine Harris e molti di fantascienza) hanno quasi intero catalogo senza alcun tipo di DRM o con l'innocuo social DRM di box: watermarking, il DRM sociale. Questi libri possono essere acquistati su tutte le librerie online e su iPad, anche con iBooks, senza problemi, ed eventualmente convertiti in formati diversi (ad esempio per essere letti su Kindle).

**Il futuro (forse)**  
In conclusione dobbiamo ammettere che è ancora troppo presto per farsi un'idea precisa su questo argomento. La nostra sfera di cristallo USB non possiamo purtroppo collegarla - visto che iPad non ha una porta USB - e tutto è ancora troppo nelle fasi iniziali per individuare delle tendenze chiare, tra i tanti aspetti e le tante incertezze. E c'è anche una domanda che va al di là degli scenari tecnologici: ma la gente continuerà a leggere? La TV prima, Internet oggi, domani chissà, ogni nuovo sviluppo nel mercato dell'informazione segna un passo indietro nella lettura, e tutto sommato - opinione personale - nel livello medio della cultura individuale. La vera domanda, forse, non è tanto se iPad possa o non possa essere il futuro dell'editoria, ma se l'editoria, la cultura e di conseguenza, più in generale, la civiltà abbiano un futuro. Speriamo di sì.

BlueFire Reader, a differenza di iBooks, permette di leggere anche gli e-book con protezione Adobe. Ma quanto a eleganza e piacevolezza c'è un abisso

le riviste incrociate

Il modello italiano per riproporre su iPad i PDF delle riviste stampate ha attecchito anche in altri Paesi. Ma anche la lezione di *Wired*, con la rivista impaginata appositamente per iPad e la tipica navigazione "a croce" (scorri di lato per cambiare articolo, scorri in basso per cambiare pagina) sta facendo proseliti: è da poco arrivata la rivista di Mr. Richard "Virgin" Branson, *Project*, ed è arrivato il quotidiano del megagrupo editoriale/televisivo News (Murdoch, insomma), che si chiama *Daily*. Ma al pubblico nostrano interesserà soprattutto *R7*, il nuovo settimanale di Repubblica creato appositamente per iPad. È la prima testata italiana di una certa rilevanza concepita in versione tablet, ma di certo non sarà l'ultima.