di GABRIELLA PARISI

L'ALTRO MODO DI LEGGERE

intervista a EMONS audiolibri

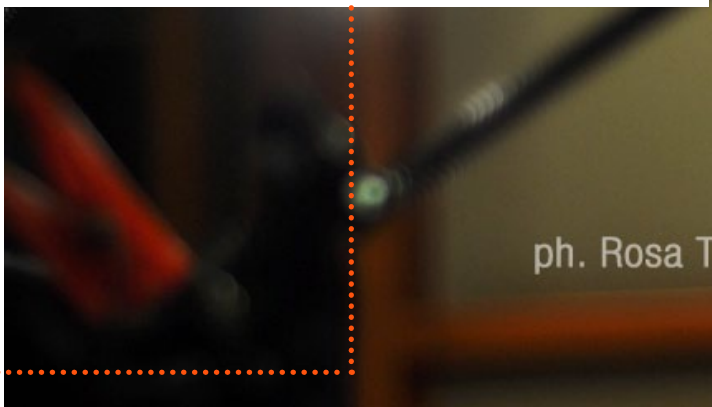
Aprire una casa editrice è sempre una scelta coraggiosa. Nel caso di Emons il coraggio è amplificato dalla particolare linea editoriale, dal momento che si occupa di audiolibri.

Cinque anni fa tre amici esperti e appassionati di editoria, Hejo Emons, Viktoria von Schirach e Axel Huck, si sono accorti che in Italia mancava quello che in altri paesi era una salda realtà da tempo. Hanno deciso di provarci, chiedendo ad amici autori se volevano leggere i loro romanzi. Grazie a Sandro Veronesi, Gianrico Carofiglio, Francesco Piccolo, Giuseppe Culicchia e Melania Mazzucco, Emons ha potuto realizzare i primi audiolibri.

«All'inizio dovevamo convincere gli editori e gli agenti a cederci i diritti audio» dice Viktoria von Schirach, fondatrice e direttrice editoriale. «Non era facile, ma grazie all'aiuto dei nostri autori ci siamo riusciti. Un altro scoglio molto arduo da superare era la Siae che protegge il diritto d'autore, e con cui bisognava studiare una procedura per questo nuovo prodotto editoriale. Ci sono voluti tempo, pazienza e molta tenacia. Ci siamo però subito alleati con altri editori di audiolibri che erano già presenti sul territorio, *Il Narratore e Full color sound*, e abbiamo creato un'associazione, AEDA, che avesse il compito di aiutare l'audiolibro a farsi conoscere. È stata un'importante conquista la creazione di aree audio nelle librerie e di spazi per le recensioni sulla stampa. Grazie all'AEDA abbiamo potuto istallare dei juke-box in quasi trenta librerie. Questo permette al cliente di "assaggiare" gli

emons:audiolibri

C'erano una volta… Cappuccetto Rosso, Hänsel e Gretel, Rosaspina, Pollicino, Cenerentola, Biancaneve, il Principe Ranocchio, la Bella Addormentata…



audiolibri che rispetto al libro stampato hanno il problema di non poter essere sfogliati. Per la Emons in particolare la creazione di coproduzioni col marchio congiunto è stata molto positiva: con Marsilio, con Feltrinelli, con la LEV. Da quando esiste la co-produzione con Feltrinelli, poi, la collana Emons-Feltrinelli, siamo più visibili nelle librerie Feltrinelli, e questo è stato un passo importante».

Nel 2011 secondo il rapporto sullo stato dell'editoria in Italia a cura dell'Associazione Italiana Editori, il fatturato degli audiolibri è stato di circa 700mila euro ed è in continuo aumento. Questo significativo incremento è dovuto al fatto che tutto il mercato digitale è in piena crescita e raggiunge il 9,9% di quello complessivo. Se fino a poco tempo fa i fruitori di audiolibri erano soltanto i non-vedenti e gli ipovedenti, oggi in molti si rivolgono ai file audio per poter gustare il piacere della lettura, nonostante la vita frenetica. In auto, mentre si fa sport o mentre in casa si svolgono le faccende quotidiane si può «leggere» un libro ascoltandolo dalla voce narrante di un attore o dello stesso autore.

Noi di *Speechless* abbiamo intervistato Viktoria von Schirach, Francesca Tabarrani, dell'ufficio stampa e Flavia Gentili, direttrice di

CLAUDIO SANTAMARIA DURANTE LE REGISTRAZIONI
(g.c. Emons ©)

produzione di Emons per comprendere qual è la realtà italiana degli audiolibri.

Speechless: Molti dicono che il piacere dell'ascolto non sia equivalente a quello della lettura. È davvero così? Qual è il suo parere?

Emons: Sono due piaceri diversi ma al tempo stesso, trattando la stessa materia – che è poi la lettura –, simili. Uno non annulla l'altro, anzi, si sostengono a vicenda. D'altro canto, l'oralità è parte del nostro Dna: prima che i libri si diffondessero nella loro meravigliosa forma cartacea, erano raccontati ad alta voce. Diciamo che sono due modi di godere la lettura. Noi citiamo spesso, a questo proposito, una bellissima frase di Stefano Benni: "Non c'è né rivalità né inimicizia tra libro e audiolibro. È un confronto tra due diversi incanti".

S: In base a quali criteri scegliete i libri da pubblicare?

E: Ne parliamo durante accese riunioni di redazione, improntate su una buona dose di spirito democratico e dove senso pratico e passione si incontrano e, a volte, anche si scontrano nella scelta di un titolo, un autore, un attore, un progetto.

S: Nel caso di classici stranieri, in base a cosa scegliete l'edizione italiana da trasformare in audiolibro?

E: Due sono gli elementi imprescindibili: la qualità della traduzione e la possibilità di ottenere dall'editore in cartaceo i diritti di riproduzione audio.

S: A parte i non-vedenti e gli ipovedenti, chi sono oggi i più grandi fruitori di audiolibri?

E: I lettori forti e sicuramente i lettori nella fascia d'età 35/40 anni. O i bambini, che adorano ascoltare qualcuno che legge loro le storie.

S: Nella realizzazione di un audiolibro solitamente scegliete per leggere il testo o lo stesso autore, oppure un attore/doppiatore di grande esperienza. Come fate a capire qual è il lettore più indicato per uno specifico testo?

E: Anche qui le riunioni di redazioni giocano una parte importante. Dopo cinque anni, ci siamo resi conto che a volte funziona l'istinto: riflettendo su un titolo, l'associazione con una voce, e quindi un volto, è spesso immediata. Ci piace pensare che per ogni libro ci sia il suo lettore.

S: Secondo voi, la lettura da parte di un professionista è un valore aggiunto che aiuta il lettore a comprendere meglio la trama e il messaggio di un romanzo? O per la comprensione sarebbe meglio che il lettore vedesse il testo con i propri occhi?

E: Come per l'appunto dice Benni, libro e audiolibro sono due diversi incanti. Anche a livello di comprensione del testo, offrono due chiavi di lettura differenti, ma ugualmente valide. L'audiolibro a volte, grazie all'abilità del lettore (autore o attore che sia), soprattutto quando il testo è complesso (per esempio con Gadda o Saramago), indubbiamente scioglie quei nodi

interpretativi – con il tono della voce, l'intonazione, il respiro – che la pagina muta non sempre rivela.

S: La lettura è indubbiamente un mezzo educativo che può essere volto anche a perfezionare la conoscenza della grammatica e dell'ortografia. Ovviamente, chi ascolta anziché leggere non può trarne beneficio. Cosa ne pensate a proposito?

E: Ci sono tanti altri vantaggi. I bambini allargano e perfezionano il loro lessico. Come quando si studiano le poesie ad alta voce, la ripetizione del suono permette di memorizzare meglio. I capolavori della nostra letteratura sono nati con la recitazione, quindi l'ascolto restituisce loro la qualità originale e ci aiuta a capire meglio la loro struttura. Questo vale in particolare per le nostre produzioni di epica – *Odissea*, *Iliade*, *Eneide* – che permettono il piacere dell'ascolto integrale di un classico di cui di solito si conoscono solo dei brani antologizzati – ascoltare uno di questi capolavori nella loro interezza è un'esperienza nuova e sorprendente. La musicalità del linguaggio, la capacità degli autori di catturare l'attenzione del pubblico vengono evidenziati di più che non leggendolo su carta, e questo è sicuramente un elemento positivo anche per la didattica.

emons:audiolibri

La magistrale interpretazione
di uno dei massimi capolavori del Novecento.

S: Come nasce un prodotto Emons, quali sono le fasi salienti della preparazione di un audiolibro?

E: Una volta stabiliti titolo e lettore e verificata la disponibilità dei diritti, si entra in sala di registrazione. Questo è il tratto del percorso-audiolibro più affascinante, il momento in cui la parola scritta si fa voce. E poi, una volta terminata la lettura, inizia il lavoro da certosino del fonico, che ascolta e quindi ricompone la lettura, così come in sala di montaggio accade per i film con il montatore. Nel frattempo, in redazione, si ragiona sulla copertina, sui testi per questa e sulla fase di lancio nelle librerie.

S: Nella narrativa per bambini *ascoltare* i libri non è una novità – mi riferisco alle varie edizioni di fiabe sonore e all'abitudine di farsi leggere libri dalla voce dei genitori. Qual è il fattore innovativo di Emons rispetto al prodotto per l'infanzia?

E: Meglio sarebbe chiamarlo fattore di *recupero*. L'approccio di Emons nei confronti dei bambini – rispetto appunto alle fiabe sonore che hanno sempre avuto anche l'accompagnamento della musica – è quello, molto semplice, di leggere una fiaba a voce alta, così come lo farebbero una mamma, un papà, un nonno o una nonna. Niente orpelli, solo la voce.

S: Quali sono stati, finora, i prodotti più apprezzati dal pubblico e perché?

E: Emons festeggia quest'anno il suo quinto compleanno. Da quando siamo nati, dunque, gli audiolibri in assoluto più venduti sono stati *Orgoglio e pregiudizio* letto da Paola Cortellesi, *L'eleganza del riccio* letto da Anna Bonaiuto e Alba Rohrwacher e *Luna di carta* di Camilleri

letto da Luigi Lo Cascio. Nel cercare di dire perché resta sempre uno spazio insondabile (come quello del passaparola per i libri), ma sicuramente il principale elemento vincente risiede in tutti e tre i casi nell'abbinamento perfetto tra testo e attore/lettore. Nell'adesione, nella rispondenza della voce a quel mondo che il testo evoca. Così succede per Paola Cortellesi che ha dato spessore e colore al microcosmo della Austen in maniera impeccabile; alla Bonaiuto-portinaia; ad Alba-Paloma; a Luigi Lo Cascio che ci trascina nella Sicilia di Camilleri. Un titolo che, invece, sta andando benissimo oggi è *Quer pasticciaccio brutto de Via Merulana* letto da Fabrizio Gifuni: in questo caso il successo dipende sicuramente dall'eccezionale bravura di un attore come Gifuni, che ha il merito di sciogliere, proprio attraverso la lettura, un testo tanto letterariamente complesso e renderlo più vicino a noi.

S: Esistono dei romanzi impossibili da trasformare in audiolibro? Quale progetto avete dovuto abbandonare, perché irrealizzabile?

E: Crediamo che non ci sia testo che non possa essere letto ad alta voce e quindi realizzato in audiolibro. Se qualcosa ci ha, a volte, frenato è stata la lunghezza di un'opera – ma non sempre. Produrre un audiolibro è costoso, ore e ore in sala di registrazione, quindi di montaggio, e il mercato italiano, se pur più sensibile di cinque anni fa, ha ancora delle preclusioni nei confronti di un numero elevato di ore d'ascolto. Ma, alla fine, l'integralità del testo, che è uno dei nostri punti di forza, si è spesso rivelata la scelta migliore.

S: In Italia il mercato degli audiolibri è in costante crescita, ma ancora troppo al di sotto della media di altri paesi. Cosa si può fare per migliorare?

E: L'Italia è un mercato editoriale a sé. I tempi di assimilazione sono molto più lunghi. Pazienza, costanza, qualità, comunicazione e molto ottimismo. In realtà la ancora scarna diffusione e quindi recezione degli audiolibri sono generate da un problema ben più endemico: la mancanza di una seria, capillare, ragionata campagna a livello nazionale a favore della lettura, in qualunque forma essa si presenti. Certo, i numeri in Italia sono ancora lontani da quelli del mercato anglosassone, ad esempio. Ma l'audiolibro è protagonista di una costante, anche se lenta crescita. Le fiere – come quella appena conclusa al Palazzo dei Congressi dell'Eur, *Più Libri Più Liberi* – sono il termometro di un suo graduale affermarsi che vede attrarre a sé, e a noi, sempre meno scettici, sempre più curiosi e ormai una folta schiera di "audiolettori" forti. Che si trovano prima di tutto tra i lettori forti. Questo proprio perché l'audiolibro è solo un'alternativa, non un sostituto del libro. Per migliorare, si dovrebbe prima di tutto superare questa paura. Aiuterebbe anche che i primi a mettere da parte lo scetticismo, o l'indifferenza in tanti casi, fossero i giornalisti (fortunatamente non per tutti è così!): sarebbe bello avere un approccio maggiormente critico all'audiolibro, sempre più recensioni sui giornali o nel web, classifiche addirittura, come già avviene in Germania, America, Gran Bretagna.

emons:audiolibri

Website: www.emonsaudiolibri.it

Jukebox (pillole di ascolto gratuito)

GUARDA
il *backstage* di EMONS
e l'intervista esclusiva
a Flavia Gentili,
Direttore di Produzione