

## Morte dell'enciclopedia cartacea

C'è stato un periodo in cui, comprando il quotidiano all'edicola, eravamo sommersi da ponderosi volumi in omaggio, o con modico supplemento: spesso riedizioni di enciclopedie, storie universali, antologie di autori classici e simili. Spesso prendevamo solo il primo tomo, che era gratis, e pudicamente figiutavamo il resto, magari saltando da un quotidiano all'altro nei vari giorni della settimana per evitare supplementi e omaggi non richiesti. Alcuni edicolanti con spiccato senso pratico avevano collocato, accanto all'edicola, ampi cestoni in cui i clienti potevano far scivolare i supplementi indesiderati.

Poi la vendita cartacea dei quotidiani è entrata nelle voragini che conosciamo, e la moda delle enciclopedie in omaggio è finita.

La pubblicità televisiva definiva queste opere complete e definitive, suggerendo che avrebbero fatto bella mostra di sé in salotto o che potevano aiutare i figli a fare i compiti. Patetici ritorni al passato, agli anni Sessanta e ai vari "Conoscere", "I Quindici", "I maestri del colore". Da vari anni omai nessuna enciclopedia che non cresca automaticamente può definirsi completa, quando il tasso di aggiornamento dei temi è imposto dal turnover mozzafiato di Internet. Nessun testo può reggere questo ritmo se non si dota di procedure "wiki", come appunto Wikipedia, cioè della cooptazione di collaboratori gratuiti e volontari con una rete di grandi numeri che fa premio su eventuali errori e incompetenze attraverso una continua verifica incrociata da parte degli utenti.

In tutti i settori scientifici nessun libro può reggere il rapido aggiornamento di oggi: si lavora su riviste in Internet (e in inglese). Nel tempo eventualmente dedicato a tradurle in italiano, e/o a farci un libro sopra, sono già obsolete. Il libro regge solo se si gioca sul "cultural divide" (c'è anche quello, non solo il "digital") dell'Italia, portando a conoscenza di questo paese provinciale aspetti e temi già popolari in America, in Asia e altrove, e che qui sono così poco noti da rendere un libro utile, e richiesto da un piccolo mercato.

Da questo punto di vista la liquidazione di contenuti formattati in enciclopedie cartacee attraverso i quotidiani e i settimanali rappresentava qualcosa di molto simile alla liquidazione di fondi di magazzino, prima che diventino totalmente invendibili.

Del resto anche i dizionari per sopravvivere devono diventare una sorta di "rapporti annuali sull'evoluzione di una lingua" o dei rapporti fra una lingua e l'altra, e quindi chiedere al cliente di comprare sempre nuove edizioni, compreso il CD Rom che molti di noi considerano ormai un gadget e niente più, preferendo una versione on line.

Attraverso tutti questi processi l'informazione di repertorio (per distinguerla dall'informazione in quanto *news*) diventa sempre più una *commodity*, qualcosa che si compra e che si vende senza chiedersi tanti perché, e magari si regala. La cultura si ritira sempre più dalle pianure dell'erudizione per ritirarsi nei santuari montani dell'elaborazione e della sintesi. Non è detto che sia un male.

ENRICO MENDUNI