

Cecilia Ghidotti

Alessandro Gazoia

Come finisce il libro. Contro la falsa democrazia dell'editoria digitale

Roma

Minimum Fax

2014

ISBN-10: 88-7521-576-6

ISBN-13: 978-88-7521-576-7

Un paese in cui il numero dei lettori è soggetto ad un calo inarrestabile anno dopo anno, un gruppo ristretto di case editrici gestisce in maniera oligopolistica la distribuzione e il libro elettronico si è affacciato tra apologeti e detrattori a rivoluzionare la filiera editoriale: Alessandro Gazoia dedica *Come finisce il libro* alla costruzione di un itinerario all'interno di un paesaggio in perpetuo mutamento, consapevole del rapido decadimento cui le sue riflessioni saranno probabilmente soggette.

Ciononostante si tratta di un approfondimento necessario perché affronta con chiarezza alcune fondamentali questioni relative al passaggio dal libro cartaceo al libro digitale che coinvolgono l'idea di autore, le modalità di pubblicazione, le nuove forme di produzione, distribuzione e vendita, troppo spesso date per scontate, trattate con superficialità dalla stampa quotidiana o lasciate ai banner pubblicitari di Amazon che promettono, attraverso l'autopubblicazione, successo e guadagni immediati per gli aspiranti scrittori che non si arrendono ai rifiuti delle case editrici e decidono di fare da sé.

Come diversi recensori hanno notato non si tratta di temi del tutto nuovi, soprattutto per chi abbia familiarità con il saggio di Robert Danton, *Il futuro del libro* o con il dibattito che in Italia coinvolge alcuni attenti osservatori delle dinamiche editoriali come Gino Roncaglia, Giovanni Solimine e Gianluca Ferrieri. Gazoia, quando si rivolge al suo «Caro Lettore», opportunamente corretto in «Cara Lettrice» dal momento che ormai da anni il numero delle lettrici è superiore a quello dei lettori, guarda probabilmente a quei 4 milioni di lettori forti italiani, non particolarmente aggiornati sulle dinamiche dell'editoria digitale, i cui acquisti sono però fondamentali nel sostenere un mercato di 60.000 volumi all'anno, lettori forti a cui Gazoia cerca di fornire strumenti per orientare le proprie scelte di lettura, in particolare rispetto ad un uso consapevole dei supporti digitali. Il cuore del pamphlet è dedicato infatti all'illustrazione del funzionamento del sistema Amazon. L'azienda di Jeff Bezos, sbarcata in Italia nel 2010, punta ad offrire un servizio incomparabilmente migliore rispetto a quello delle concorrenti (per quanto riguarda l'acquisto di libri e di beni in generale) ma costringe l'intera esperienza di acquisto e di lettura all'interno di un ecosistema chiuso che impedisce la circolazione – legale – degli ebook acquistati attraverso il suo store su supporti diversi dal Kindle, l'e-reader messo a punto da Amazon stessa e non permette la lettura del formato Epub (lo standard aperto per la pubblicazione di ebook, adottato dall'International Digital Publishing Forum) sul Kindle ma chiude gli ebook in un formato proprietario. Inoltre nel caso di Amazon parlare di acquisto è impreciso, dal momento che i lettori acquisiscono soltanto una licenza per la lettura, con una possibilità di uso e di scambio profondamente diversa da quella che il libro in cartaceo garantiva, un diritto che può essere revocato unilateralmente dall'azienda nel momento in cui ritenga che un utente violi le condizioni del contratto.

L'intento di Gazoia è far riflettere sui comportamenti dell'azienda americana per andare a scalfire quel pregiudizio positivo che fa spesso dimenticare come, alle spalle di procedure d'acquisto semplici ed efficienti, continui ad esistere un lavoro manuale (le condizioni di lavoro all'interno di Amazon sono stati spesso oggetto di critiche e inchieste) e intellettuale e come la posizione monopolista di Amazon comporti conseguenze profondissime sul sistema editoriale tutto e sulla forma stessa del libro. Tuttavia quello di Gazoia non è il lamento apocalittico di chi all'inchiostro elettronico preferisce l'odore della carta stampata e neppure il peana di un entusiasta digitale, quanto una posizione d'equilibrio che deriva dalla conoscenza profonda delle forze in campo: «questo testo crede nelle possibilità progressive delle nuove tecnologie e delle economie di rete e crede pure nella “rivoluzione” digitale del libro ma rifiuta

di indulgere nella lode trionfalistica di ogni cosa che venga proposta sul mercato come “innovazione”. Si propone cioè non cedere a quella feticizzazione della tecnologia che è, anche in Italia, il marchio regressivo di troppi entusiasti digitali».

Il testo è articolato in tre sezioni: la prima, «Pubblicare», esplora l’universo dell’autopubblicazione, sfera che sembrerebbe quanto più distante ci sia dalla vera letteratura. Tuttavia è proprio in questo territorio periferico – ma assai praticato – che Amazon sta sperimentando in maniera radicale il ruolo di supermediatore che assomma in sé tutti i servizi editoriali, dall’editing alla pubblicazione, alla distribuzione, ruoli che nella filiera editoriale tradizionale sono incarnati da soggetti diversi e non è impossibile immaginare un futuro in cui Amazon si candidi a svolgere questo ruolo anche per gli autori tradizionali. Il secondo capitolo, «Digitale», è dedicato ad illustrare caratteristiche del libro elettronico e conseguenze connesse alla sua diffusione. Quelle negative sono legate alla scomparsa delle librerie tradizionali erose dai megastore prima e dalla vendita online poi, quelle positive si possono individuare nella possibilità, per gli autori, di riproporre a costo quasi zero i romanzi dei cui diritti sono in possesso e che non sono più disponibili in librerie e nell’eliminazione, grazie all’edizione elettronica, del problema delle rese e del macero. Gazoia affronta inoltre questioni dalle implicazioni profondamente politiche relative al copyright e ai formati del libro elettronico: il mondo di Amazon è un mondo chiuso e privato, cui si accede solo alle condizioni dell’azienda che raccoglie, sui suoi clienti, molte più informazioni di quante i clienti abbiano sull’azienda. Siamo qui molto distanti dall’idea di una rete libera e democratica, per quanto la democratizzazione dell’accesso alla pubblicazione sia una degli slogan dei servizi che Amazon offre.

La terza sezione «Miti/Social» è dedicata all’approfondimento di un mondo particolare, quello delle fan fiction. Le fan fiction sono narrazioni amatoriali elaborate dai fan di determinati prodotti della cultura di massa o della letteratura popolare (da Harry Potter, a Star Trek, a Sherlock Holmes) che raccontano storie a partire da universi narrativi preesistenti, in un’attività di rielaborazione che, da alcuni, è stata considerata come un’attività analoga alla rielaborazione dei miti nell’antichità.

È importante guardare a queste produzioni perché rappresentano una sorta di stadio estremo di quel processo di rimozione dei filtri editoriali che caratterizza il passaggio alla letteratura digitale, su cui Amazon sta tentando di edificare un monopolio. Uno dei problemi principali della fan fiction è legata alla possibilità di utilizzare legalmente alcuni universi narrativi che possono essere soggetti a copyright da parte dei creatori, ed infatti solitamente le fan fiction sono diffuse in regime di *fair use*, licenze di sfruttamento non commerciale. Amazon interviene anche in questo campo con Kindle Words, una piattaforma che permette agli autori di fan fiction di mettere in vendita le proprie opere. Tramite Kindle Words gli autori possono legalmente utilizzare alcuni universi narrativi cedendo tutti i diritti di sfruttamento delle loro creazioni ad Amazon e a Kindle Words che possono, eventualmente, svilupparli autonomamente. Non si tratta di questioni oziose, ma di narrazioni con bacini potenziali da decine di migliaia di lettori, basti pensare che il *megaseller Cinquanta sfumature di grigio* nasceva come fanfiction di un’altra saga di grande successo, *Twilight*.

Come finisce quindi il libro?

Se Amazon è «una perfetta distopia morbida, dove il lettore, conosciuto in ogni dettaglio, viene tenuto in uno stato di euforica minorità, tra alte mura pitturate con colori vivaci a nascondere la vista di quello che c’è fuori, e coccole aziendali che addormentano il senso critico, a favore del compra-ora-con-un-clic e della condivisione di informazioni», il futuro del libro non è ancora scritto. Molteplici sono state le forme della sua diffusione nel passato e altrettante saranno nel futuro, ciò che importa in questa precisa contingenza storica, e che il testo di Gazoia si incarica di ribadire, è salvaguardare la possibilità di una riflessione pubblica sul destino del libro e non rinunciare ad un’idea di circolazione della cultura e del sapere che vada oltre i formati proprietari messi a punto da una grande azienda.