

TENDENZE / 2

# Social reading, nuova frontiera

di **Xavier Celaya e Marco Ferrario**

**D**ue miliardi di dollari e mezzo. Tanto vale il mercato mondiale dell'ebook nel 2011, quasi l'80% concentrato in Nord America (Asia 11%, Europa 8%, Sud America e Africa seguono). Solo in tre paesi la penetrazione dell'ebook nel mercato editoriale è significativa: in USA (oltre 20%), in Corea del Sud (circa 15%) e in UK (quasi il 9%). Principalmente per la dominante presenza di Amazon in USA e in UK (quasi 3 milioni di titoli in inglese, la grande diffusione di Kindle) e per l'altissima propensione all'uso della tecnologia accompagnata da programmi governativi che ne favoriscono l'utilizzo nelle scuole e nelle università in Corea del Sud.

È vero, l'Europa segue a ruota, con un ritardo di circa 2-3 anni a seconda dei casi, per diverse ragioni: lingue diverse, mercati frammentati, le aliquote Iva che penalizzano l'ebook, ancora pochi titoli disponibili in digitale, l'arrivo recentissimo di Apple e di Amazon. Ma cosa sono 2 o 3 anni in più o in meno in un'industria che è nata e ha vissuto sullo stesso modello (esclusiva sul diritto d'autore per periodi molto lunghi, da un lato; concentrazione e controllo della distribuzione, dall'altro) per oltre 500 anni? Nulla, e l'ebook arriverà ovunque, con il suo carico di innovazione e porterà via un po' di spazio al libro di carta (o pbook).

E in che cosa consiste l'innovazione che l'ebook porta con sé? Ne parleremo a IfBook-Then, l'evento dedicato all'editoria digitale che si terrà a Milano (NH di via Tortona 35) giovedì 2 e con un workshop venerdì 3 febbraio presso la Fondazione Mondadori. Qui accenniamo a tre aspetti, molto diversi e distanti tra loro, a testimoniare l'ampiezza del cambiamento in atto.

L'unità di misura dello spazio e del tempo viene azzerata. Vendere un ebook in un raggio di 100 metri o 10.000 chilometri non fa differenza e il tempo per farlo è il medesimo: pochi secondi.

Cadono le barriere che separano i mercati, cambiano le regole della concorrenza, nasce l'opportunità di vendere ovunque qualsiasi li-

bro al solo costo di una buona traduzione. Apple apre in 10 paesi contemporaneamente la sua libreria online raggiungendo centinaia di milioni di lettori dalla sera alla mattina (letteralmente): la velocità con cui avvengono i cambiamenti si conta in ore.

Il lavoro dell'editore va ripensato da capo per essere ovunque e agire in tempo reale.

Cercare e trovare un libro: la lettura condivisa. Nel contesto digitale noi e il libro ci incontriamo grazie alla corrispondenza delle informazioni associate al libro e il nostro "profilo di lettura" di cui lasciamo traccia in rete.

L'acquisto di un libro non significa che ci sia piaciuto. A volte la lettura si interrompe perché la trama perde di interesse, il personaggio principale non ci piace o più semplicemente qualcuno ci regala un libro che ci attira di più e smettiamo di leggere l'altro. Questi comportamenti, che sono più abituali di quanto non pensiamo, sono registrati dalla tecnologia di "raccomandazione" del libro, basata sul concetto di lettura condivisa, che tiene conto se abbiamo piantato il libro a metà, se abbiamo saltato dei capitoli o se rileggiamo un determinato autore tutti gli anni; e, se lo permettiamo, analizza quello che abbiamo sottolineato e annotato, quali parti del libro abbiamo condiviso in un network specifico per lettori, che tracce abbiamo lasciato in rete delle emo-





zioni che ci ha suscitato.

Questo è il cuore del publishing digitale, della promozione del libro in rete. Gli editori hanno la grande possibilità di andare a cercarsi da soli i propri lettori e di aggiornare i propri piani editoriali di conseguenza, di modificare i prezzi in funzione del tempo e del luogo: se non lo fanno, lo faranno gli autori per proprio conto o, peggio, le librerie online,

Siti come Bookish, Bookcountry, Amazon Silk, Kobo, Readum, Findings, Readmill, Socialbooks, Jellybooks, SmallDemons (e molti altri, tra cui il nostro Zazie.it) sono l'embrione della nuova modalità con cui gli editori dovranno costruire la propria proposta culturale.

Si parla tanto di ruolo dell'editore. Non c'è alcun dubbio che lasciare a chi ha esclusivi interessi commerciali (come le grandi librerie online) la creazione di proposte culturali è molto pericoloso (oltre che inaccettabile sul piano dell'estetica). L'editore deve esserci nella relazione con il lettore e sbaglia moltissimo se pensa che sporcarsi le mani con tecnologie che evocano il grande fratello non sia affar suo: le tecnologie sono a disposizione di tutti. Nelle famiglie numerose non esistono grandi fratelli.

Leggere digitale. La neuroscienziata Marianne Wolf ha raccontato in modo affascinante, in un libro uscito qualche anno fa (Proust e il Calamaro, pubblicato in Italia da Vita e Pensiero), il rapporto tra il nostro cervello e la lettura. Ogni donna o uomo che nasce deve imparare a leggere e il nostro cervello, ogni volta deve adattarsi a farlo.

Stiamo solo incominciando a vedere le possibili forme di multimedialità e di interattività (sia con il contenuto che con altre persone) ed è una strada destinata ad affollarsi rapidamente. In Corea del Sud dal 2015, per decisione del governo, nelle scuole non ci saranno più libri di carta.

Impareremo a leggere in maniera diversa e alcuni dei percorsi di adattamento del nostro cervello saranno, se non migliori, certamente nuovi. Un editore che oggi non si interroga su questo, che non cerca di conoscere la tecnologia digitale e di come essa incide sulla lettura non fa fino in fondo il proprio mestiere.

Cambiano i tempi del libro, le barriere di spazio sono in gran parte eliminate. La lettura condivisa fa entrare di prepotenza il lettore nella scelta delle proposte editoriali e culturali di una società. Il nostro cervello ha la capacità di adattarsi velocemente a modalità di relazione con i contenuti nuovi che il digitale mette a disposizione. Benvenuti all'innovazione dell'ebook.

## IL CONVEGNO

*Xavier Celaya è socio fondatore di Dosdoce.com e autore del libro L'impresa nel Web 2.0, Marco Ferrario è Ceo di Bookrepublic e ideatore di IfBookThen il convegno dedicato al futuro del libro che si terrà a Milano il 2 febbraio al Nhow Hotel (Via Tortona 35) e il 3 con un workshop alla Fondazione Mondadori.*

**[www.ifbookthen.com](http://www.ifbookthen.com)**