DOPPIOZERO

Promozione della lettura e difesa del mercato editoriale

Gino Roncaglia 6 Giugno 2014

Questo intervento riassume alcune considerazioni sul tema della promozione del libro e della lettura, in particolare in ambiente digitale. Si tratta delle considerazioni che ho avuto occasione di svolgere nell'aprile scorso in occasione di una audizione informale presso la Commissione Cultura della Camera dei Deputati, nell'ambito dell'esame della Proposta di legge Giordano e altri, A.C. 1504 del 7 agosto 2013 ("Disposizioni per la diffusione del libro su qualsiasi supporto e per la promozione della lettura"[1]).

Sono osservazioni che cercano di muovere dal generale al particolare; in questo articolo di sintesi ho comunque eliminato quelle legate alla formulazione dei singoli articoli della proposta di legge, che chiudevano il documento consegnato alla Commissione ma che hanno probabilmente un interesse più limitato per il lettore.

1.

E' importante tener sempre presente che, anche se si tratta di argomenti ovviamente e strettamente interconnessi e di due importanti priorità per il sistema Paese, l'obiettivo di promuovere la lettura e quello di difendere e rafforzare il mercato editoriale sono e devono essere distinti. Questo è vero in particolare per quanto riguarda la lettura in digitale.

Per rendersene conto, basta considerare un fattore: nell'editoria a stampa, l'interesse dell'autore alla massima diffusione del proprio lavoro coincide con l'interesse economico, condiviso da autore ed editore, a massimizzare le vendite, e con l'interesse pubblico alla diffusione della lettura. Il libro è infatti

inscindibilmente legato al supporto fisico, e circola tanto più quante più copie sono vendute.

Nel mondo digitale, tuttavia, il legame fra libro e supporto viene meno: certo, anche il libro elettronico richiede supporti per la lettura, ma uno stesso e-book può essere letto su più supporti, e uno stesso supporto può ospitare più e-book. Soprattutto, un libro elettronico può circolare ed essere distribuito indipendentemente dal supporto, in forma di file, e può essere riprodotto senza alcuna perdita di informazione e in forma identica un numero indefinito di volte, con costi prossimi allo zero.

Come conseguenza, per la prima volta l'interesse dell'autore alla massima diffusione dell'opera e l'interesse pubblico alla massima circolazione dei libri e della cultura possono non corrispondere più sempre e necessariamente all'interesse economico dell'editore (e dello stesso autore) alla massimizzazione delle vendite e dei relativi ricavi. In particolare, per alcune tipologie di opere (ad esempio per la ricerca scientifica finanziata con denaro pubblico) l'interesse alla massima e libera circolazione – comune ad autore e pubblico – sembra decisamente prevalente rispetto all'interesse economico del mercato editoriale. Questo ha portato al movimento per l'accesso aperto (*open access*) ai prodotti della ricerca, e alla previsione – prefigurata dalla dichiarazione di Budapest e per l'Italia dalla dichiarazione di Messina[2], e ormai fatta propria a livello di Unione Europea (ad es. con le indicazioni relative ai bandi Horizon 2020[3]) e a livello nazionale (con l'art. 4 delle legge 112/2013) – secondo cui i prodotti della ricerca finanziati prevalentemente con denaro pubblico devono circolare in forma libera e aperta. Un principio che troviamo giustamente ripreso – anche se in una forma che richiede alcune revisioni – dall'art. 13 della proposta Giordano e altri.

D'altro canto, su altre tipologie di opere (e in particolare per quanto riguarda l'editoria cosiddetta 'commerciale') c'è un evidente interesse generale al mantenimento e al rafforzamento di un ecosistema editoriale economicamente solido e produttivo, capace di innovazione, libero da condizionamenti, pluralista e diversificato. Questo anche perché il digitale non implica affatto il venir meno dell'esigenza del lavoro di mediazione editoriale. Anzi: l'esigenza di competenze editoriali specifiche cresce, e non diminuisce, con il passaggio all'e-book. Se è vero infatti che non è più richiesta la mediazione strettamente tipografica, è altrettanto vero che è indispensabile un lavoro professionale di codifica e impaginazione digitale, e che la possibilità di integrare contenuti multimediali (filmati, audio, infografica interattiva e animata) richiede anch'essa rilevanti

competenze specifiche ad es. per quanto riguarda montaggio multimediale, analisi dei dati, programmazione, gestione dei diritti. Così come competenze specifiche continuano ad essere richieste per la selezione, validazione, redazione editoriale del testo, nonché per la sua efficace distribuzione e promozione on-line. Il self-publishing da questo punto di vista costituisce certo una modalità produttiva e distributiva oggi assai più semplice ed economica che in passato, interessante per la sua portata innovativa e la capacità di allargare l'orizzonte del mercato editoriale, ma funzionale solo in alcune situazioni; una modalità talvolta alternativa, talvolta integrativa ma in linea generale non sostitutiva rispetto a meccanismi più tradizionali di selezione e intermediazione editoriale. Come è dimostrato, del resto, dal fatto che lo stesso ambito del self-publishing vede lo sviluppo di figure e servizi di supporto, che si configurano anch'essi – pur se in forma nuova rispetto al passato – come forme di mediazione editoriale.

Il punto centrale, comunque, è che due interessi che prima erano convergenti – quello rivolto alla massima diffusione e circolazione dei testi e quello rivolto alla solidità e produttività del settore dell'editoria – non coincidono più necessariamente, e in alcuni casi possono anche rivelarsi in conflitto fra loro. Può essere dunque necessario un lavoro che in questo caso è di mediazione politica e culturale, e che richiede attenzione anche da parte del legislatore. Se in termini generali rimane senz'altro vero che una efficace promozione del libro e della lettura serve anche al rafforzamento del mercato editoriale, e che d'altro canto l'esistenza di un mercato editoriale solido, produttivo e diversificato è utile a favorire la promozione del libro e della lettura, su molti temi specifici – soprattutto per quanto riguarda il digitale – questi due interessi devono essere portati avanti attraverso un lavoro di confronto, di studio, di ricerca dei migliori equilibri.

Ciò significa che, anche nella redazione di una legge su questi temi, occorrerà porre attenzione nel distinguere gli obiettivi direttamente legati alla promozione e diffusione del libro e della lettura da quelli legati alla difesa e al rafforzamento del settore editoriale: non perché non siano entrambi importanti, o perché non siano in molti casi convergenti, ma perché in alcuni casi possono non esserlo, e richiedere di conseguenza scelte e mediazioni anche delicate.

Segnalo, anche a titolo di esempio, due casi rispetto ai quali possono esistere interessi divergenti, e rispetto ai quali sarà necessario fare scelte consapevoli. Il

primo caso è quello della distribuzione di contenuti editoriali digitali attraverso le biblioteche. E' comprensibile che tale diffusione sia guardata con preoccupazione dalle case editrici, dato che i contenuti digitali 'prestati' dalla biblioteca (*digital lending*) possono essere in linea di principio copiati dagli utenti (non c'è una copia fisica da 'restituire', e i meccanismi di protezione dalla copia sono spesso inefficaci). Tuttavia, ritengo che in questo caso prevalga nettamente l'interesse generale a continuare ad avere nelle biblioteche – anche nell'ecosistema digitale – una risorsa per l'accesso libero alla cultura, senza depotenziarne la funzione rispetto ai contenuti digitali. Occorre, ovviamente farlo cercando di massimizzare le garanzie di funzionamento 'sano' del prestito digitale, e adottando modelli che risultino sostenibili per gli editori, ma occorre farlo. Alcuni dei modelli sviluppati in questo campo – ad esempio da iniziative come MediaLibraryOnLine[4] – dimostrano che si tratta di un compito possibile.

Il secondo caso è quello dei contenuti digitali per la scuola e in particolare degli e-book di testo. In questo caso credo invece che l'editoria scolastica (intesa come un settore ampio e diversificato, al cui interno è importante garantire pluralismo dei soggetti e apertura anche a nuovi modelli editoriali) abbia un ruolo specifico che è essenziale salvaguardare. In questo caso, la creazione di un meccanismo che favorisca la creazione e la circolazione di contenuti editorialmente 'forti', efficaci e validati è a mio avviso preferibile rispetto all'illusione di risparmio dato dall'uso esclusivo di contenuti spesso gratuiti ma dispersi, granulari e non validati. Contenuti certo preziosi, questi ultimi, ma solo se considerati integrativi e non sostitutivi rispetto a strumenti capaci di garantire alla didattica e ai processi di apprendimento dei punti di riferimento autorevoli e condivisi e un alto livello di copertura curricolare, realizzati in maniera professionale e con alle spalle responsabilità autoriali ed editoriali precise e riconoscibili.

---

[1] Il testo della proposta di legge è disponibile in rete alla pagina http://www.camera.it/_dati/leg17/lavori/stampati/pdf/17PDL0015190.pdf;

[2] Cf. http://it.wikisource.org/wiki/Dichiarazione_di_Messina. Sul tema dell'accesso aperto, si veda la sezione del sito CRUI dedicata ai documenti e materiali del gruppo Open Access: http://www.crui.it/HomePage.aspx?ref=1167.

[3] Cf. http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants_manual/hi/oa_pilot/h2020-hi-oa-pilot-guide_en.pdf.

[4] Cf. http://www.medialibrary.it.

Prosegue lo speciale sull'editoria digitale, in collaborazione con Ledizioni, ed in vista dei prossimi LibrInnovando Awards, *di cui* Doppiozero *è da quest'anno partner. I* LibrInnovando Awards *vogliono celebrare l'innovazione, la creatività e l'eccellenza in tutti gli aspetti dell'editoria libraria digitale. Con* LibrInnovando Awards *vogliamo attivare uno strumento di ricerca sull'evoluzione dell'editoria, sui suoi prodotti e sulle sue forme, con attenzione alla rivoluzione che il digitale apporta. L'editoria in Italia ha bisogno di nuove spinte e proposte, pena la progressiva marginalizzazione del settore nell'ecosistema dei media e nel sistema culturale. Affrontare il digitale è una sfida che l'editoria deve intraprendere con lo spirito di continuare a sperimentare, a innovare e a creare prodotti editoriali che contribuiscano alla formazione di una cittadinanza democratica cosciente. Il bando dei* LibrInnovando Awards *2014 è aperto e scadrà il 22/09/2014.*

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

