

Nella logica del self-marketing

di Claudia Boscolo

Come finisce il libro. Contro la *falsa democrazia dell'editoria digitale* (pp. 207, € 10, Minimum Fax, Roma 2014) di Alessandro Gazoia, noto in rete con lo pseudonimo di Jumpinshark, risponde solo apparentemente ai criteri imposti dalla saggistica, in cui si colloca per esigenze editoriali. In realtà, si tratta di una luminosa e versatile trattazione in forma narrativa (e con un taglio enciclopedico) che ricapitola e chiarisce alcuni punti, ancora poco chiari ai più, riguardo alla *vexata quaestio* dell'impatto che la cultura digitale sta avendo sulla produzione letteraria. Argomento su cui da qualche tempo si organizzano convegni e di cui si dibatte su quotidiani e riviste, è infatti un campo minato che scatena, da un lato, le più feroci idiosincrasie da parte di chi non ha un'idea chiara di come funzionino le dinamiche di rete, e dall'altro i più brillanti entusiasmi di chi, al contrario, investe emotivamente e ideologicamente la rete del ruolo di strumento liberatore di idee e di cultura, affrancato dal giogo della cosiddetta filiera editoriale, con tutte le sue limitazioni e le sue politiche, imposte dal mercato e a volte piuttosto miopi.

Da questo saggio narrativo si apprende molto più di quanto prometta il titolo. Per i contenuti che propone, e per la sua stessa struttura, non può essere considerato un libro a tesi. L'oggetto del testo è il futuro dell'editoria, tema che coinvolge una nebulosa di fenomeni, dallo scrittore al lettore al mediatore, e cioè la molteplicità dei punti di vista che creano signifi-

ficato nel campo della produzione del libro. Ampio spazio in questo senso è dato alla *fan fiction*: al di là della creatività di cui è espressione, rimane una forma di sfruttamento dell'opera di autori indipendenti da parte dell'industria dell'intrattenimento, "che può decidere di combattere queste espressioni per violazione di diritto d'autore (...) oppure incoraggiarle". Per questioni di marketing di solito il lavoro gratuito viene incoraggiato, visto che i grossi editori hanno più da guadagnarne che da perderne. Ma dal momento che la situazione sta cambiando sotto i nostri occhi, sarebbe difficile e addirittura ingenuo arrivare a sostenere delle tesi, smentite probabilmente dai fatti in corso. Quello che si può fare invece, ed è quello che fa Gazoia, è cercare di capire a cosa porterà tutto quello che sta accadendo attualmente, con la fusione fra le pratiche secolari che stanno alla radice del libro e le nuove pratiche digitali, in cui tutti viviamo immersi ogni giorno, di qualsiasi cosa ci occupiamo. L'e-book è davvero il futuro o è solo un momento di transizione verso qualcosa che non riusciamo neppure a immaginare? È la manifestazione del testo che varia, ovvero varia lo strumento attraverso cui si accede al testo, oppure è l'idea stessa di opera che sta mutando, anche per scomparire? Sostiene Gazoia che "la tecnologia non determina i nostri comportamenti e pensieri ma ci mette ogni giorno davanti a situazioni nuove, a contesti che vent'anni fa non avremmo neppure immaginato possibili e oggi non sappiamo dominare completamente. (...) Le coordinate del campo non sono ancora del tutto note, e paiono cambiare un poco ogni giorno".

La domanda che sottende tutta l'argomentazione dell'autore è, in primo luogo, cosa sia un libro. Cosa ci interessa del libro? Ci in-

teressa il testo, il paratesto, l'immaginario che costruiamo intorno al testo, l'oggetto in sé o la gamma di sensazioni che produce in noi la lettura? In sostanza, senza comprendere a fondo che cosa sia un testo, difficilmente si potrà discutere con serenità di lettura e quindi anche di scrittura. Assimilare l'idea che il testo è oggi più cose equivale quindi a occuparsi del futuro del libro inteso non solo come oggetto di culto, ma come pratica della lettura e della cultura tutta, in senso lato: "Il futuro del libro dipende da molti fattori e tra questi particolare peso hanno le scelte pubbliche di promozione della lettura e della cultura nel nuovo contesto digitale".

In chiusura, Gazoia si chiede proprio "come finisce il libro?". Non fornisce alcuna risposta però, appunto perché il suo non è un libro a tesi, e non è nell'interesse dell'autore né nel nostro mantenere alcuna coerenza: dopo aver dimostrato come le polemiche in rete contro i social network e Amazon rappresentino una forma più o meno consapevole di *self-marketing* (citato da Gazoia il celebre caso di Jonathan Franzen, che proprio grazie a una *lamentatio* su Twitter contro Twitter e Amazon aumentò le vendite dei suoi libri, anche grazie a quello stesso Amazon contro cui si scagliò), l'autore, che per tutto il libro si è rivolto a un lettore generico apostrofandolo e coinvolgendolo nelle sue argomentazioni, inaspettatamente si rivolge a noi (anzi, a una "cara Lettrice"), invitandoci a non prendercela se le contraddizioni sono anche "forma e sostanza" di questo libro. Che verrà acquistato anche su Amazon, dopotutto. ■

claudia.boscolo@gmail.com

C. Boscolo è dottore di ricerca in italianistica alla Royal Holloway University of London