

La “nuova economia” del libro elettronico

di Luigi M. Reale

pubblicato il 15 Marzo 2004 in *Italianistica Online: portale di studi italianistici* » [eBook](#)» [eBook e dintorni](#)

Prospettive per una sostanziale qualità dell'informazione

Quando esplose la Rete, nella seconda metà degli anni Novanta, si parlò a lungo della *new economy*, di un processo virtuoso di ripresa dell'economia mondiale legato all'ingresso delle imprese nel mercato virtuale di Internet. Non si trattava soltanto dell'opportunità di aprire quasi istantaneamente ai mercati internazionali le aziende già operanti, ma piuttosto di promuovere il lancio di realtà imprenditoriali focalizzate sulle nuove tecnologie dell'informazione, quindi anche l'avvento di nuove professioni e professionalità legate esclusivamente a Internet. Non tutti erano però davvero attrezzati per affrontare il grande salto.

Questo articolo è stato scritto per l'Istrice di Luciano Simonelli editore, in cui puoi leggere anche:

1. [Tecnologie eBook per la Lettura Agevolata: quattro progetti-pilota in Italia](#)
 2. [Per un codice deontologico delle pubblicazioni in Rete: riflessioni e proposte](#)
 3. [I “confini” del libro elettronico](#)
 4. [In aula con l'eBook: una rivoluzione italiana](#)
-

In questo scenario che allora appariva euforico, progressivamente è risultato illusorio, e oggi si è notevolmente ridimensionato, aveva ed ha un'importanza fondamentale il ruolo della comunicazione. La Rete è anzitutto un formidabile motore di notizie, un veicolo di informazioni d'ogni genere (e qui sta il rischio). Nella *new economy* il valore dell'informazione è un bene primario, perché informazione significa promozione, pubblicità, diffusione dei prodotti. Bisogna sempre distinguere, però, la qualità dell'informazione e di conseguenza dei prodotti. Non tutte le informazioni e non tutti i prodotti della *new economy* si sono dimostrati validi, all'altezza delle promesse. L'eBook è stato - o almeno è sembrato - uno di questi prodotti.

C'è stato un momento, coincidente all'incirca con la notizia forse ingigantita del successo del primo eBook di Stephen King, che anche in Italia si è pensato ad un mercato del libro elettronico e gli editori di primo piano hanno iniziato a pianificare anche in funzione di questo nuovo settore di produzione. Si trattava, come dicevo sopra, dello scenario euforico, quando sembrava che l'eBook potesse avere un futuro commerciale. Poi, a mano a mano, le speranze sono fallite, perché i costi di produzione e soprattutto quelli di tutela dei diritti lievitavano notevolmente, imponendo prezzi di copertina in alcuni casi superiori agli stessi libri di carta.

Oggi si capisce che dal libro elettronico non si può attendere molto di più in

termini di mercato, ma che si può avere moltissimo in termini di qualità dell'informazione, quella appunto su cui si regge tutto lo scenario della nuova economia. Il laboratorio dell'eBook è un ottimo banco di prova. Bisogna investire nella qualità dell'informazione se si vogliono ottenere risultati.

Anzitutto l'eBook non può essere la semplice versione elettronica di un libro cartaceo, ma deve fornire un valore aggiunto in termini di contenuto informativo e di prestazioni. L'eBook esige nuovi autori, più consapevoli dell'iter produttivo e distributivo della loro opera-libro, disponibili al confronto con le tecnologie, e nuovi editori, meno legati al circuito tradizionale di distribuzione del prodotto editoriale, più aperti alle sfide di un prodotto anche non commerciale.

Se è vero che un'editoria di qualità non mira al profitto ma alla circolazione delle idee, credo che l'eBook debba essere distribuito gratuitamente. Ma per fare questo - che vuol dire in primo luogo per continuare a produrre - l'editore dovrebbe trovare una forma di provento diversa dal prezzo di copertina. Avanzerei una proposta in tal senso, proposta forse non nuova (adesso però non saprei dire se sia già stata formulata da qualcun altro, ricordo solo di averne letta una simile), ma che potrebbe essere una strada praticabile: l'eBook a distribuzione libera e gratuita viene sponsorizzato. La pubblicità introdotta nell'eBook finanzia così editore e autore una tantum, coprendo i costi di produzione, eliminando i problemi legati alla protezione dei diritti digitali (*Digital Rights Management*), che è in effetti una forma di tutela dei diritti economici.

La strategia è quella, parallela all'*Open Source* per il software, dell'*Open Content*, secondo la licenza *Creative Commons* con almeno due restrizioni relative alla modificabilità del testo da parte dell'autore e non di altri e al divieto di ulteriore commercializzazione al di fuori del canale di distribuzione controllato dall'editore. Non si può d'altronde pensare che un libro elettronico sia vincolato ad un formato proprietario e ad una determinata piattaforma tecnologica, se gli si vuole assicurare un futuro; il futuro è evidentemente quello dell'*Open Source*, cioè di un sistema flessibile che garantisca la fruibilità e la piena accessibilità nel tempo.

Questo articolo si può citare nel seguente modo: Luigi M. Reale, *La “nuova economia” del libro elettronico*, in «Italianistica Online: portale di studi italianistici ideato e prodotto da Luigi M. Reale» (Sezione: eBook » eBook e dintorni), 15 Marzo 2004, <http://www.italianisticaonline.it/2004/03/15/nuova-economia/>

© 2000-2005 Italianistica Online - This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons a-nc-nd 2.0](http://creativecommons.org/licenses/by-nd-nc/2.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nd-nc/2.0/>.