



# Leggere social. Una mappatura delle pratiche di lettura condivisa in rete

Viola Marchese  
Università degli Studi di Torino  
Via Verdi 8, Torino, Italia

## Abstract

I libri e la lettura nel corso del tempo sono stati più volte oggetto di trasformazione tecnologica e simbolica e, ad ogni mutamento, si sono accompagnate inevitabilmente correnti a favore o contrarie al cambiamento in atto. Lo sviluppo tecnologico digitale, unito all'avvento di Internet e del Web hanno rivoluzionato profondamente i sistemi di comunicazione, in questo contesto i supporti del testo e le pratiche di lettura hanno cominciato a modificarsi e, per quanto oggi continuino a mantenere legami profondi con i modelli tradizionali, il processo non si può ancora dire concluso. In questo contesto vengono prese in esame le modalità secondo cui i nuovi supporti ed ambienti di lettura - realizzati sulla base di modelli derivati dai social network più diffusi – contribuiscano da un lato ad originare nuove pratiche di lettura denominate “social reading”, e dall’altro a definire le caratteristiche di nuovi luoghi e reti di discussione intorno al libro che possono invece essere indicati come “social book networks”.

## Reading social. An overview of online shared reading practices

Books and reading had been object of technological and symbolic changing a few times over time, and every modification had been inevitably accompanied by current in favour or against the change in place. Digital technology development, accompanied by the advent of the Internet and Web, had deeply revolutionised all the communication systems, therefore texts supports and different reading practices beginning to modify as well and, even if they keep unchanged certain traditional features, the process can't be say finished at all. In this context I try to study how new supports and reading environments – shaped on social networks – contributed to create new reading practices named “social reading” and new discussion networks around book which can be indicated as “social book networks”.

*Published 24 September 2018*

Correspondence should be addressed to Viola Marchese, Università degli Studi di Torino, via Verdi 8, Torino.  
Email: [viola.marchese@gmail.com](mailto:viola.marchese@gmail.com)

*DigitCult, Scientific Journal on Digital Cultures* is an academic journal of international scope, peer-reviewed and open access, aiming to value international research and to present current debate on digital culture, technological innovation and social change. ISSN: 2531-5994. URL: <http://www.digitcult.it>

Copyright rests with the authors. This work is released under a Creative Commons Attribution (IT) Licence, version 3.0. For details please see <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>



## Introduzione

«Il futuro è già cominciato e non abbiamo fatto in tempo ad accorgercene» scrive Giovanni Solimine nell' introduzione a *Le reti della lettura* (Faggiolani e Vivarelli 2016, 7) e, guardando al mondo del libro e della lettura oggi, trovo che l'affermazione sia particolarmente esatta. Dopo oltre un decennio di vita del libro elettronico, sembra che le prese di posizione nette di apocalittici e integrati abbiano cominciato a perdere di forza, mentre a queste posizioni subentravano due tendenze generali che, in un'altra sede, ho scelto di definire come dis(continuità) nel mondo del libro e della lettura.

La continuità è chiara: quando si parla di eBook, spesso lo si continua a fare utilizzando il libro come elemento di paragone; un atteggiamento in parte giustificato dalla realtà dei fatti: gran parte della vendita di libri elettronici si riferisce infatti a prodotti piuttosto tradizionali nelle modalità in cui sono strutturati e in cui possono essere letti. Per quanto riguarda la frattura vera, invece, gli spazi di riflessione e sviluppo di nuove forme del libro e della lettura esistono ma, per una serie di motivazioni concomitanti, rimangono per ora limitati ad alcune nicchie di intervento.

I prodotti che si sono maggiormente diffusi fino ad oggi di fatto non rivoluzionavano fino in fondo le forme di lettura a cui siamo stati abituati nel tempo. Il rapido esplodere del mercato degli eReaders, ormai oltre dieci anni fa, seguito da un'ascesa che appariva inarrestabile, ma che oggi sembra essersi invece fermata pare un esempio chiave: per diverso tempo ogni aspetto delle interfacce dedicate è stato disegnato per rispecchiare aspetto ed esperienza, anche tattile, della lettura di un libro tradizionale, ma sembra anche che questa scelta non abbia fornito una buona motivazione agli utenti per passare completamente a nuovi formati e nuovi strumenti; eBooks e eReaders hanno “perso di lucentezza” (Cocozza 2018) e, in altre parole, i lettori sono andati oltre.

Certo, non esistono solo gli eBooks e le interfacce totalmente dedicate, e il mercato si è ampliato alla lettura in streaming, agli audiolibri e forse ci troviamo solo di fronte alla seconda fase della caratterizzazione commerciale della lettura digitale, quello della maturità in cui, nonostante tutto, editori e start up continuano a sperimentare cautamente alla ricerca di nuove strade ed opportunità da esplorare per il libro e le pratiche di lettura. Il libro riuscirà ad utilizzare compiutamente le opportunità del digitale solo quando, a monte, sarà il prodotto creativo di un autore che è consapevole delle potenzialità tecniche che il libro digitale mette a disposizione, così che la lettura digitale diventerà un'esperienza ibrida come già avviene in ambienti di lettura condivisa come Wattpad, una delle piattaforme che sarà brevemente descritta in seguito.

Al di là di tutto, la questione centrale sembra anche essere in parte cambiata: non più la competizione tra libro e lettura tradizionali vs. eBook, quanto quello di una competitività estesa a tutte le forme di intrattenimento, in un quadro in cui vince chi riesce a mantenere l'attenzione dell'utente su di sé il più a lungo possibile (Holmen 2017).

Il luogo di fruizione delle forme di intrattenimento tende ormai a confluire negli schermi di computer, tablet e smartphone e, come spiegava Steve Jobs in occasione del lancio della prima versione di iPad nel 2010: “Una volta i media erano separati, ciascuno era per conto suo sul proprio canale di distribuzione. Un contenuto compete solo con un contenuto affine. Oggi tutto è cambiato. Tutti i media sono insieme e competono nello stesso ambiente: uno schermo connesso a Internet” (Mancini 2015, *Presentazione*).

L'editoria libraria, cartacea e digitale, si trova così a concorrere con l'universo di contenuti di Internet per la conquista di quella piccola parte di tempo libero che può essere dedicata all'intrattenimento nel corso della giornata. Pensiamo alla costante ascesa di una piattaforma come Netflix che si pone ormai come concorrente diretto di Amazon nel campo dello streaming di film e serie televisive. Anche nel caso di Netflix il legame con i libri, e con il contenuto narrativo è molto stretto, e declinato sotto diversi aspetti: da una parte è lo stesso co-fondatore della piattaforma, Reed Hastings, a dichiararne la vicinanza parlando della pratica del *binge-watching*, ovvero la visione di programmi televisivi in maniera continuativa, per un periodo di tempo superiore al consueto: “Pensate ai libri: i libri assomigliano al binge watching. Il libro è la binge view originale, e noi abbiamo portato la tv a essere naturale come il libro” (Pierri 2016).

Se si guarda poi alle narrazioni, sono molti i casi di romanzi americani che hanno subito adattamenti *ad hoc* per essere serializzati su Netflix. Si pensi alla miniserie del 2017 *Alias Grace*, tratta dal romanzo di Margaret Atwood e coprodotta dalla Cbc/Netflix, in cui la scrittrice compare come supervisore della produzione sulla scia del grande successo di *The Handmade's Tale*, prodotto invece dalla piattaforma Hulu. Mentre un altro caso significativo può essere la serializzazione del romanzo young adult di Jason Asher *13 Reasons Why*, giunto ormai alla terza

stagione e, sempre secondo Reed Hastings divenuto “perhaps the most popular show in the world last year”.

## Elementi di scenario delle pratiche di lettura in rete

Pensare alla lettura come una pratica sociale e condivisa può sembrare difficile, anche se di fatto è la prima modalità con cui si è letto, si è continuato a leggere per molto tempo e che si mantiene tuttora in determinati contesti e occasioni. Nell'immaginario collettivo leggere è un atto solitario e introspettivo, mentre in realtà si nutre di diverse attività relazionali e condivise, dentro e fuori le parole del testo.

“La lettura ci permette di sperimentare la prospettiva completamente diversa della coscienza di un'altra persona, di identificarci con lei e calarci temporaneamente nel suo ruolo. Quando ci caliamo nella mentalità di un cavaliere, nelle esperienze dello schiavo, nelle gesta di un'eroina e nell'animo del furfante in preda al rimorso o, al contrario, del tutto indifferente alle proprie malefatte, non ritorniamo mai noi stessi; a volte ci sentiremo ispirati, altre volte rattristati, ma in ogni caso più ricchi. Grazie a questa nostra esposizione, scopriamo il carattere a volte unico a volte comune dei nostri pensieri; scopriamo di essere singoli, ma non soli.” (Wolf 2007, 10)

Un tipo di socialità implicita a cui si può facilmente accostare una natura esplicita: le persone prestano, condividono e regalano libri. I lettori discutono di cosa stanno leggendo, forniscono e ricevono consigli, scrivono e leggono recensioni e così via (Burgos, Evans e Buch, 1996). Ed in tal senso risulta del tutto condivisibile l'opinione secondo cui:

“Fino a trenta-quarant'anni fa il consumo di contenuti mediali, per quanto massificato, era confinato entro momenti, luoghi e rituali ben definiti. Poi qualcosa è accaduto. Progressivamente i media si sono presi tutto il nostro tempo e il nostro spazio, al punto di sovrapporsi al mondo. Oggi viviamo immersi in essi. I media ci si presentano non tanto come veicoli di messaggi, ma piuttosto come ambienti ed estensioni di noi stessi.” (Wolf 2007, 10)

Con i processi di trasformazione del libro e della lettura nell'ecosistema digitale, e in un contesto in cui Internet e il Web hanno rivoluzionato i sistemi di comunicazione, queste forme di socialità hanno trovato nuovi spazi a loro dedicati in cui rendersi ancora un po' più espliciti, anche grazie all'applicazione delle dinamiche più tipiche dei social network generalisti ai libri e al mondo dell'editoria.

Il libro possiede da sempre un forte valore simbolico, un valore che aiuta gli individui a costruire attivamente e mostrare la propria identità, per esempio attraverso una biblioteca personale. Nel contesto digitale però, anche questo può diventare un problema: un eReader può contenere molti libri ma la nostra collezione di fatto rimane nascosta, ed è qui che subentra la necessità di rendere sociale (e nel suo senso più specifico 'social') la lettura:

“Internet is a widely studied phenomenon as a theatre where social status and identity can and will be built in relation to other and other groups [...] In the e-book universe the choice of books have to be shared somehow in the network before this function can be fulfilled. In fact, there is already a considerable amount of books-related digital services, which allow people to share their library with peer groups, friends and family – without giving them access to the actual books or their account details. This works in two directions: people are also interested in knowing what others are reading, and in addition choices of friends and peers, the choices of writers, celebrities or experts can be valued so that the reader will become a follower of their reading. This kind of “stalking” has been made already possible in many e-reading services.” (Heikkilä, Laine e Nurmi, 2013).

Questo ha portato alla diffusione non solo di pratiche di lettura specifiche, identificabili con l'espressione 'social reading', ma anche di nuove piattaforme e reti di discussione intorno al libro, che potremmo nel loro insieme indicare come 'social book network'.

Le definizioni riportate nei vari studi ed articoli, in verità non sempre concordano su cosa indicare come social reading, di fatto ci si trova ancora in una fase di incertezza e questo di certo influisce sulle modalità attraverso cui riferirsi al problema.

## Un modello di analisi delle pratiche di lettura in rete

Il tentativo di tipizzazione proposto in questa sede si è quindi basato in parte sul lavoro di Bob Stein per l'Institute for the Future of the Book, e sulla sua ipotesi di organizzazione tassonomica delle pratiche di lettura (Stein 2010, 4)

A partire da una definizione generica, secondo la quale con il termine 'social reading' si indicano tutte quelle attività che comprendono la lettura condivisa, Stein riconduce la lettura, nel suo aspetto sociale, a quattro modalità fondamentali di fruizione:

- Discussing a book with friends and acquaintances
- Discussing a book online
- Discussing a book in a classroom or living-room book group
- Engaging in a discussion IN the margins

Un'ulteriore riflessione ha riguardato poi l'evoluzione tecnologica dei software di lettura che, nel tempo, hanno teso a integrare le funzionalità di social reading all'interno del libro così da proiettarle poi verso l'esterno.

A partire da queste considerazioni, una prima macro suddivisione delle realtà in rete è stata fatta tra piattaforme che costruiscono un ambiente legato alla lettura all'esterno, o all'interno, dei margini del libro stesso. Per quanto riguarda i portali che permettono una vera e propria lettura condivisa del testo, si è poi evidenziata un'ulteriore suddivisione fra ambienti in cui prevale la centralità del testo ed altri in cui a emergere è invece la dimensione di community fra scrittori e lettori (con esempi in cui la differenza tra questi due attori tende quasi a scomparire)<sup>1</sup>. In questo caso ci si avvicina, e in parte sovrappone, al campo dell'evoluzione dei generi nella narrativa digitale<sup>2</sup>.

La migrazione nel mondo digitale, e l'applicazione di funzionalità tipiche dei social network nelle piattaforme dedicate, hanno stimolato nel tempo sia la diffusione di nuovi generi e, più recentemente, di nuove modalità di scrittura (social writing), sia riportato in uso modelli legati alla tradizione come quello della serializzazione con un'effettiva ricaduta sul mercato editoriale cartaceo e digitale<sup>3</sup>.

La descrizione di ciascun ambiente che è stata svolta analizzando la presenza di alcune funzionalità base (reading, bookshelf, annotations, rating, reviewing), contenute nella maggioranza degli esempi e utilizzate in altri studi di riferimento, in particolare nel lavoro di Harri Heikkilä, Janne Laine e Olli Nurmi, in *Social Reading in E-books and Libraries* (Heikkilä et al. 2013), in cui è stata messa a punto una categorizzazione delle funzioni negli eBook, sulla base di una distinzione tra funzionalità dedicate al singolo lettore e azioni che coinvolgono altre persone, unite alla "direzione" di condivisione ("from me", "to me", "us") (Tabella 1).

---

<sup>1</sup> Le sperimentazioni intorno alla scrittura collettiva sono ormai numerose, a partire dal collettivo di scrittori Wu Ming (<http://www.wu-mingfoundation.com/giap/>) fino a progetti come SIC (Scrittura Industriale Collettiva, (<http://www.scritturacollettiva.org/>), o THE iNCIPIT (<http://www.theincipit.com/>).

<sup>2</sup> Molto ci sarebbe da dire, per esempio, sulle differenze che intercorrono tra una vera e propria Electronic Literature e le tipologie testuali che troviamo invece in rete.

<sup>3</sup> Si pensi al successo di "Tap", applicazione di Wattpad, o a Tapas Media (<https://tapas.io/>); in entrambi i casi vengono proposti testi suddivisi in puntate e serializzati. Operazione riproposta anche nell'editoria cartacea come nel caso di Neri Pozza in occasione dell'uscita dell'ultimo libro di Julian Fellowes, Belgravia.

**Tabella 1.** Categorizzazione delle funzioni negli eBook, sulla base di una distinzione tra funzionalità dedicate al singolo lettore e azioni che coinvolgono altre persone, unite alla “direzione” di condivisione.

BOOK 1.0 ACTIONS	BOOK 2.0 ACTIONS “From me”	BOOK 2.0 ACTIONS “To me”	BOOK 2.0 ACTIONS “Us”
(Reading)	Share what I read now	Follow what others read now	Reading together
Bookshelf	Share history of readings, intentions to read	See others’ history and intentions	Discussing
Annotating	Share annotations (Highlights, notes, quotations, pictures)	See annotations of others	Discussing
Rating	Publish rating	Review ratings	Discussing
Reviewing	Publish review	Read reviews	Discussing

Successivamente si è scelto di isolare quattro ulteriori funzionalità, presenti in modo disomogeneo nei casi di studio, e da considerare come aggiuntive ovvero: possibilità di partecipare a gruppi e discussioni tematiche, interazione con gli autori, segnalazione di luoghi ed eventi, vendita.

A questo gruppo di funzionalità si aggiungeranno poi le caratteristiche specifiche di ogni portale in modo da evidenziare continuità e differenze. I casi di studio sono stati scelti fra le moltissime realtà presenti in rete, in base alla loro rilevanza nel Web per numero di utenti, al loro grado d’innovazione o alla tipicità con cui affrontano le possibilità di lettura e discussione intorno al libro. Si è scelto poi di escludere le piattaforme e i “luoghi” di lettura più conosciuti come Kindle, Kobo, iBooks, Google Play Books e Nook per lasciare spazio a realtà più piccole che mettano in luce, almeno in parte, la variabilità dei casi realmente esistenti.

Le piattaforme, per questioni di spazio, sono state selezionate fra i molti esempi italiani, spagnoli e di ambiente angloamericano, nonostante<sup>4</sup> esistano numerosi casi di interessanti realtà nate e cresciute in tutta Europa e Sud America come Beek (Messico), Sweek (Paesi Bassi, Romania) e Babelio (Francia).

## Discutere un libro online: i Social book networks

aNobii (<http://www.anobii.com/home>)

Il primo dei casi di studio esaminati è stato probabilmente il capostipite delle piattaforme di social *cataloging* create agli esordi dell’era dei social network. aNobii viene ideata da Greg Sung a Hong Kong nel 2006, lo stesso anno in cui Facebook si apre all’utenza generica, e si caratterizza come una risposta alla necessità di condividere con persone affini le proprie letture. La piattaforma, grazie al passaparola, cresce considerevolmente tra la fine del 2009 e gli inizi del 2010 fino a che la comunità di utenti italiani diventa quella numericamente più consistente e attiva. Il sito non riesce però a gestire la crescita improvvisa e inizia a mostrare una serie di disservizi che lo portano ad essere abbandonato da una grossa fetta di utenti migrati verso altre piattaforme come Goodreads. Nel 2011 il fondatore annuncia la vendita ad una start up inglese e Matteo Barlucchi, CEO dell’azienda, prevede l’integrazione di funzionalità social e di vendita<sup>5</sup> ma, nel 2012, aNobii viene nuovamente ceduta, questa volta alla Sainsbury’s Supermarkets Ltd. che modifica la nuova versione del portale destinando agli utenti inglesi un sito per l’acquisto di eBook. Nel marzo 2014 sarà infine acquisita da Mondadori, riproponendo in parte il modello di relazione Goodreads/Amazon.

<sup>4</sup> Per ulteriori casi studio non riportati in questa sede si rimanda a (Faggiolani e Vivarelli 2017).

<sup>5</sup> <http://www.letteratura.rai.it/articoli/matteo-berlucchi-il-futuro-di-anobii/2146/default.aspx>

I dati forniti dalla piattaforma parlano di un milione di utenti iscritti, di cui 300.000 solo in Italia<sup>6</sup> e di un'altissima densità di gruppi di discussione, da sempre, insieme alle recensioni, uno dei punti di forza del sito. Oltre alla piattaforma web, nel febbraio 2016 è uscita una nuova versione della app per dispositivi Android e Apple, rinnovata nelle funzionalità e sincronizzata con la piattaforma.

Obbiettivi e funzionalità di aNobii ricalcano in pieno quelli tipici dell'incontro fra social network e libri; il focus della piattaforma è considerato l'utente intorno a cui vengono costruite tutte le funzionalità fondamentali: "aNobii è una *community* costruita dai lettori per i lettori, che ti consente di scoprire nuove letture, di valutare i tuoi libri preferiti e di suggerirli ad altri utenti. Dal 2006 a oggi, la missione di aNobii è facilitare l'incontro fra lettori e incoraggiare la lettura<sup>7</sup>".

Gli utenti registrati accedono automaticamente a una pagina di aggiornamento continuo delle attività di 'amici', 'vicini'<sup>8</sup> e gruppi. Ogni titolo inserito nella propria libreria può essere votato e recensito, corredato da informazioni supplementari come lo stato di lettura, citazioni e tag. Vengono inoltre proposte le recensioni di altri lettori e un elenco di chi lo sta leggendo o lo possiede nella propria libreria. Da notare, inoltre, è la possibilità di scegliere se impostare come privata o pubblica l'aggiunta dei titoli alla propria collezione.

Nonostante il progetto iniziale, la piattaforma non contiene una vera e propria funzionalità di vendita integrata; gli utenti registrati hanno la possibilità di segnalare se i titoli contenuti nella propria libreria sono oggetto di scambio o vendita, ed esistono numerosi gruppi dedicati, ma non sono presenti reindirizzamenti a siti di vendita online che in questo modo rimane legata all'iniziativa privata dei lettori.

Possono essere considerati elementi specifici della piattaforma: la pagina di statistiche della libreria attraverso cui il lettore può monitorare il numero di visite che ha ottenuto, il punteggio di utilità che è stato dato ai suoi commenti e ricostruire la cronologia di lettura negli anni, e, fra le novità introdotte nell'ultimo periodo, il blog della piattaforma in cui sono segnalate tutte le novità.

Proprio attraverso le pagine del blog, nel luglio del 2017 sono stati annunciati importanti cambiamenti:

"Una nuova interfaccia grafica più ricca, in grado di garantire una *user experience* facile e soddisfacente, un nuovo raccomandatore che vi farà scoprire un sacco di libri e di altri lettori vicini ai vostri gusti, e molte moltissime altre cose. Il tutto in otto lingue in modo da garantire la massima accessibilità a tutti gli Anobiiani del mondo!"<sup>9</sup>

Nonostante l'entusiasmo, e il lancio di una versione beta preventiva, il malumore fra gli utenti per i disservizi che ne sono derivati - la scomparsa di moltissime funzionalità, di intere librerie e recensioni e, per molti, l'impossibilità di entrare nel proprio profilo - è stato piuttosto forte nonostante le scuse agli utenti pubblicate sulla pagina Facebook e sulla piattaforma<sup>10</sup>.

Al di là dei problemi rilevati al momento della messa online della nuova versione, i commenti negativi degli utenti spesso si soffermano sull'incapacità dell'azienda di comunicare con loro. Qui emerge più chiaramente la presenza di una community forte e molto preparata su ogni aspetto della piattaforma, che lamenta la mancanza di coinvolgimento nelle decisioni prese (una su tutte, la nuova veste grafica<sup>11</sup> dell'interfaccia ritenuta brutta e confusa che invece, nella visione dell'Anobii Team, doveva essere "in grado di garantire una *user experience* facile e soddisfacente") ma anche l'utilizzo di un linguaggio ritenuto poco in linea con i valori della comunità stessa. Il risultato è che moltissimi di loro intendono, almeno nelle parole, migrare e portare le proprie librerie su Goodreads, ritenendola migliore a livello funzionale e con una comunità italiana di utenti attivi in forte crescita.

<sup>6</sup> <http://www.wired.it/play/libri/2016/02/19/app-anobii-mondadori/>. Bisogna però riportare che i dati ufficiali di aNobii, validati attraverso la ricerca empirica e riportati nel contributo di Chiara Faggiolani e Lorenzo Verna in *Le reti della lettura* differiscono da quelli presentati dall'articolo di Wired.

<sup>7</sup> <http://www.anobii.com/about>

<sup>8</sup> In aNobii si differenziano gli 'amici', persone che si conoscono e fanno parte della propria cerchia, dai 'vicini', che invece non sono direttamente collegati, ma dei quali si vogliono seguire gli aggiornamenti.

<sup>9</sup> <http://www.anobii.com/blog/it/annuncio-di-fondamentale-importanza/>

<sup>10</sup> <http://www.anobii.com/blog/it/?p=690>

<sup>11</sup> Uno dei cambiamenti di cui più ci si lamenta è la perdita della libreria in "legno" per la visualizzazione dei propri libri. In questo caso il tentativo di modernizzare l'interfaccia grafica privandola di elementi scheumorfici, ovvero che simulano oggetti del mondo fisico, un trend iniziato almeno nel 2013 con l'uscita di iOS 7 e la scelta di Apple di passare al minimalismo della veste grafica, si può dire fundamentalmente fallita.

Aureoo (<https://www.aureoo.com>)

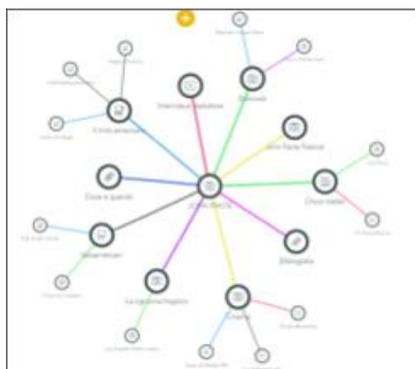
La piattaforma Aureoo è uno dei casi più interessanti nel panorama della seconda generazione di social network specializzati nati dopo le prime grandi esperienze di social cataloging, elaborate sulla scia di Facebook ormai dieci anni fa.

Il portale ideato da Matteo Marzadro, Luca De Albertis e Ivano De Zaiacomo attraverso la start up Bookhook, era stato presentato in versione beta durante il Salone del Libro di Torino nel maggio 2015, in pochi mesi poi la piattaforma era cresciuta arrivando a contare circa seicento utenti registrati, fondamentali per testare le funzionalità e ottenere feedback e suggerimenti. Nel settembre del 2016, la piattaforma ha infine annunciato<sup>12</sup>, attraverso il blog, il superamento della fase beta e l'apertura del portale che oggi sembra però puntare ad un target di utenti e ad una *mission* diversi rispetto le intenzioni iniziali.

L'obiettivo fondamentale del progetto al suo esordio infatti, era quello di fornire all'utente strumenti utili a un ripensamento della pratica di lettura in chiave multimediale, a questo si univano funzionalità tipiche dei social network, nell'ottica di creare e fare interagire fra di loro una community di lettori interessati a condividere i propri percorsi di lettura attraverso uno storytelling alternativo.

L'oggetto documentario da cui partire era quindi il libro, concepito come un nucleo da cui far derivare contenuti aggiuntivi: ed è proprio a partire da questo aspetto che si possono notare le prime differenze rispetto la versione beta della piattaforma. Innanzitutto, sembra che il libro e il suo autore (o il testo in generale) non ne siano più i protagonisti, la maggior parte delle mappe attualmente disponibili infatti non si riferiscono alle letture in particolare ma a topic generali come le città europee o ad argomenti di attualità come i processi di migrazione.

Anche il procedimento creativo sembra in parte modificato, se precedentemente l'utente creava delle Mappe tematiche - espressione della propria visione su un argomento - costituite da una o più Tappe (i singoli libri letti messi in relazione tra loro), ed arricchiva ciascuna di queste attraverso entità costituite da contenuti digitali come foto, video, contenuti web, audio, link a documenti esterni o citazioni; oggi, partendo ugualmente dal concetto di Mappa, per svilupparne le espansioni si preferisce parlare in termini di "Nodi" e "Connessioni", secondo una logica reticolare che va oltre quello della comunità che si vorrebbe creare per dare forma ed espressione all'intero approccio alla conoscenza (Fig.1).



**Figura 1.** La mappa su John Fante composta per La Biblioteca nel Salone in occasione del Salone del Libro di Torino del 2017. Fonte: Facebook.

Un altro aspetto a cambiare è stato quello delle funzionalità fornite all'utente sul profilo personale. Nella versione precedente ognuno, una volta registrato, aveva accesso ad alcune funzionalità base, come la creazione di librerie personali tematiche in cui i singoli titoli potevano essere oggetto di Mappe, o arricchiti da ulteriori contenuti. Ogni eventuale commento era però limitato ad elementi di descrizione delle librerie o delle Mappe, non c'era un vero e proprio spazio dedicato alle recensioni, ed era possibile cominciare una discussione solo nella cornice stessa di una Mappa. Tra le funzionalità considerate come aggiuntive vi era la possibilità di acquistare i libri attraverso un link diretto allo store di Amazon, e la presenza di un sistema di geolocalizzazione dei luoghi da poter associare alle Mappe. Infine, un'attenzione particolare era dedicata ai collegamenti tra le singole unità documentarie e alle possibili applicazioni che si sarebbero potute

<sup>12</sup> <http://blog.aureoo.com/arriva-aureoo-ufficiale.html>

creare in campo educativo e biblioteconomico, non sembra quindi un caso se nella sua versione definitiva la piattaforma ha sviluppato in modo significativo proprio questi ultimi due aspetti mediante attività diverse.

Dal punto di vista educativo oggi Aureoo si presenta in modo esplicito come piattaforma di “*future learning*”, e la sua vision infatti comprende:

“*Cooperative learning, Flipped classroom, Blended learning*, Aureoo è il mezzo per facilitare e stimolare la didattica innovativa. [...] Grazie alle mappe fatte dagli utenti Aureoo, si possono guidare le altre persone all’esplorazione di tematiche stabilendo nuovi ponti tra argomenti in un intreccio sempre aperto al dialogo e alla scoperta.”<sup>13</sup>

Nell’ottica di un target scolastico rientra anche la scelta di differenziare tra diversi tipi di pagamento del servizio: l’utente infatti può scegliere se utilizzarlo in maniera gratuita, nel cui caso non avrà possibilità di creare mappe private o caricare contenuti digitali personali, passare ad una versione “Pro” con un numero limitato di mappe personali e altre funzionalità aggiuntive, o infine scegliere la modalità “Pro Edu” appositamente pensata per consentire la creazione di un network di gruppi di lavoro privati che possono dialogare, caricare e personalizzare diversi tipi di contenuti intorno ad una o più Mappe.

Un esempio delle possibilità aperte da Aureoo dal punto di vista biblioteconomico invece, si è reso concreto durante il Salone Internazionale del Libro di Torino del maggio 2017. Una rappresentanza di bibliotecari<sup>14</sup> ha elaborato e proposto al pubblico, all’interno della *Biblioteca del Salone*, una serie di mappe e percorsi per orientarsi nel labirinto dell’offerta libraria. I percorsi, organizzati intorno ad alcuni temi di riferimento (*orientamento, immagine, azione e parola*) erano consultabili attraverso i libri cartacei, ma anche tramite estensioni sul web realizzate con Aureoo, questo ha reso possibile mostrare ed esplorare attraverso un allestimento multimediale le reti di relazioni che uniscono libri, autori e argomenti.

El Placer de la Lectura (<http://www.elplacerdelalectura.com/homepage>)

La piattaforma spagnola è stata fondata alla fine del 2008<sup>15</sup> da Pepe Rodríguez, informatico amante della lettura che decide di aprire un blog attraverso cui condividere, con una piccola comunità, pareri di lettura e recensioni.

Nel 2014 la piattaforma annuncia di voler crescere e a questo scopo vengono messe a punto una serie di innovazioni – una nuova veste grafica, l’ottimizzazione del blog dedicato – compiute sempre tenendo conto dei pareri espressamente richiesti agli utenti<sup>16</sup>. Nel dicembre del 2015 viene così lanciata la nuova versione della piattaforma che, nel giro di pochi mesi, coinvolge più di 150.000 utenti registrati; il portale continua in ogni caso a crescere e ad oggi vengono dichiarati oltre due milioni di lettori iscritti facendone quindi una delle più grandi piattaforme di lettura in Spagna e nel mondo. Il cambiamento in questo caso è quindi un’evoluzione ben ponderata, compiuta perché:

“Inspirados en comunidades como TripAdvisor, AirBnB o Uber, hemos decidido dar este enorme paso de gigante y pasar de recomendadores de libros a comunidad de lectores. Lo hacemos para que todos los lectores seamos recomendadores. Y lo hacemos sin perder nuestra esencia ni olvidar nuestro trabajo como reseñadores a

<sup>13</sup> <https://www.aureoo.com/it/vision>

<sup>14</sup> Il progetto è stato coordinato dalla Sezione Piemonte dell’Associazione Italiana Biblioteche, con la partecipazione di: Sistema bibliotecario dell’Università di Torino, Biblioteche civiche torinesi, Area Bibliotecaria e Museale del Politecnico di Torino, SBAM (Sistema Bibliotecario di Area Metropolitana), Sistema Bibliotecario di Ivrea, biblioteche speciali del CoBIS (Coordinamento delle Biblioteche Speciali e Specialistiche di Torino) e biblioteche del Polo del ‘900.

<sup>15</sup> In questo caso, così come in molti altri, si è dimostrato alquanto complicato ottenere o trovare le informazioni necessarie alla stesura di profili e descrizioni accurate, in assenza di pagine espressamente dedicate alla ricostruzione storica delle piattaforme si è dovuto ricorrere alle informazioni deducibili da Facebook, blog o pagine esterne: <http://masquepalabras-tertulialiteraria.blogspot.it/2012/12/blog-el-placer-de-la-lectura.html>

<sup>16</sup> <http://elplacerdelalectura.com/blog/actualidad/bienvenidos-al-nuevo-placer-de-la-lectura-nuevoplacerlectura>; <http://elplacerdelalectura.com/blog/actualidad/nos-gustaria-conocer-tu-opinion-sobre-el-nuevo-placer-de-la-lectura>

lo largo de todos estos años!”<sup>17</sup>

Come membri della comunità è possibile compiere una serie di azioni, in questo caso le più tipiche fra quelli che abbiamo identificato come Social Book Networks, ovvero la possibilità di creare una propria biblioteca personale di libri letti o in lettura, di dare un voto ai libri e farne delle recensioni da condividere con gli altri utenti; si può inoltre accedere a raccomandazioni di lettura personalizzate sulla base delle proprie preferenze e seguire i profili dei propri autori preferiti per scoprirne in anteprima tutte le novità editoriali. Rispetto la presenza di funzionalità aggiuntive, si segnala l’inserimento di un collegamento diretto all’acquisto dei libri recensiti su Amazon.

La piattaforma è strutturata entro quattro spazi principali: una prima pagina di copertine relative le novità editoriali, una sezione di recensioni, una rassegna di “liste” (i libri più venduti della settimana oppure liste tematiche) e infine il blog, erede diretto della prima versione della piattaforma e suddiviso anch’esso in sezioni differenti (interviste, attualità, curiosità e così via).

Tra le novità in via di sviluppo ci sarebbe l’inserimento di una funzione per far interagire gli utenti presenti sulla piattaforma.

Goodreads (<https://www.goodreads.com/>)

La più ampia piattaforma al mondo di social reading conta oggi 75 milioni di membri<sup>18</sup> provenienti principalmente dagli Stati Uniti e dal mondo anglosassone (l’Italia risulta per ora all’undicesimo posto<sup>19</sup>).

Creata nel 2006 dallo sviluppatore Otis Chandler, come database di libri gestito secondo le regole più tipiche dei social network, nella primavera del 2013 viene venduta ad Amazon, chiaramente interessata ad occupare i diversi luoghi del libro che stanno emergendo in quegli anni e inizia a crescere considerevolmente fino ad arrivare a contare una biblioteca di 2 miliardi di libri caricati per oltre 68 milioni di recensioni create e condivise dagli utenti.

La piattaforma è programmaticamente incentrata sulla condivisione con gli amici:

“It is a place where you can see what your friends are reading and vice versa. You can find your next favorite book. And on this journey with your friends you can explore new territory, gather information, and expand your mind.”<sup>20</sup>

In questo senso è forse quella maggiormente costruita come un vero e proprio social network, a partire dalla home page del profilo: una pagina a scorrimento di aggiornamenti continui provenienti dalla propria cerchia di amicizie.

Obbiettivo fondamentale è quello di aiutare le persone a scoprire, e condividere i libri che amano o potrebbero amare, perché:

“We’re living in a world where there are more books to choose from than ever before. And you can pretty much start reading instantaneously thanks to e-books and tablets. The problem isn’t content or access anymore; that’s been solved. Instead it has created a new problem: How do I find what to read next? Our mission is to help people find and share books they love.”<sup>21</sup>

A questo scopo la piattaforma, come molte altre, utilizza un algoritmo per elaborare e fornire consigli di lettura, attraverso le cosiddette recommendations, sulla base dei libri presenti nelle biblioteche personali e in quelle collegate.

Ogni utente può creare il proprio scaffale di libri virtuale attraverso una ricerca per titolo, autore, editore o codice ISBN. Una volta trovato il libro corredato da una serie di metadati, l’utente ha la possibilità di consultare alcune funzionalità legate alle recensioni collettive (friend review e community review) alla lettura delle community Q&A o all’acquisto, in versione cartacea o digitale,

<sup>17</sup> <http://elplacerdelalectura.com/blog/actualidad/bienvenido-de-nuevo-el-placer-de-la-lectura?page=3>

<sup>18</sup> Mentre fino all’autunno del 2016 se ne dichiaravano cinquanta milioni, l’incremento sarebbe quindi significativo.

<sup>19</sup> I dati sono stati ricavati dalla piattaforma Quantcast all’indirizzo

<https://www.quantcast.com/goodreads.com#trafficCard>, data di ultima consultazione 28 luglio 2018.

<sup>20</sup> <https://www.goodreads.com/about/us>

<sup>21</sup> <https://www.goodreads.com/jobs>

sfruttando i link diretti a diversi ambienti di vendita online. L'utente registrato, a questo punto, può decidere di aggiungere il titolo alla propria libreria scegliendo fra gli scaffali standard (read, want to read, currently reading) o creandone di nuovi in base alle proprie esigenze di catalogazione (Fig.2).

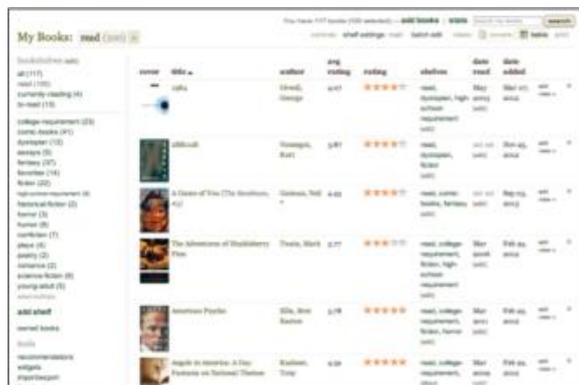


Figura 2. Un esempio di libreria personale. Fonte: Goodreads.

Ogni nuovo oggetto inserito potrà a sua volta essere recensito, commentato e valutato attraverso un punteggio di riferimento, mentre per i testi in lettura si potrà periodicamente segnalarne l'avanzamento condividendo così la propria storia di lettore. I lettori inoltre possono scegliere di esplorare i libri di cui si parla nella piattaforma anche attraverso liste e gruppi tematici.

Caratteristiche specifiche della piattaforma sono considerate il 'reading challenge', una "gara" con sé stessi sulla quantità di libri che si leggeranno durante l'anno, le pagine riferite alle novità editoriali e alle interviste agli autori e, nella sezione dedicata alla community, lo spazio definito 'creative writing', ovvero un luogo in cui gli utenti possono caricare testi autoprodotti che potranno poi essere letti e commentati dagli altri utenti.

Discutere di un libro all'interno dei margini del libro stesso: lettura condivisa e community di lettori e scrittori

## 1. Piattaforme di lettura condivisa

BookShout! (<https://www.bookshout.com>)

BookShout è una piattaforma di lettura e vendita dedicata esclusivamente agli eBook fondata nel 2011 da Jason Illian. Obiettivo della compagnia è fornire agli utenti e alle aziende interessate un ambiente di lettura comodo e veloce che sia aperto e accessibile attraverso qualsiasi *device*<sup>22</sup>. Ad oggi è quindi fruibile tramite iPad, iPhone, dispositivi Android, Kindle Fire HD, Nook HD/HD+, e sul Web.

Nonostante tra gli obiettivi dichiarati ci sia quello di fornire strumenti per la creazione di una community di amanti della lettura, in generale la piattaforma non contiene elementi di interazione tipici dei social network. Il lettore ha la possibilità di invitare i propri amici sul portale e "seguire" altri utenti di cui però non può esplorare liberamente le collezioni e la cui presenza tende a rimanere in secondo piano rispetto ad altre funzionalità.

I libri possono essere cercati in modo mirato o esplorati attraverso liste suddivise per genere, consultando i titoli selezionati come migliori dal «New York Times», o guardando alle novità editoriali. Un altro filtro di ricerca si basa invece sul tempo stimato per la lettura.

<sup>22</sup> La piattaforma è una delle più agguerrite nella lotta al monopolio di Amazon, come dimostra il recente accordo con HarperCollins per l'utilizzo di Bookshout come canale di distribuzione: DBW, *HarperCollins Chooses BookShout to Provide Ebook Fulfillment*, «Digital Book World», 4 maggio 2016, <http://www.digitalbookworld.com/2016/harper-collins-chooses-bookshout-to-provide-ebook-fulfillment/>; e sul blog della piattaforma: Ben I., *Can Anyone Beat Amazon? (BookShout's Unique Approach)*, 6 maggio 2016, <https://business.bookshout.com/blog/can-anyone-beat-amazon-bookshouts-unique-approach/>

L'ambiente di lettura vero e proprio offre alcune funzionalità in linea con altre piattaforme già descritte, è possibile quindi modificare alcuni aspetti del testo e personalizzare la propria esperienza di lettura, evidenziarlo e associare un commento che può essere condiviso su Facebook, Twitter e altre piattaforme social, ma non è disponibile una condivisione diretta delle note con gli altri utenti. Le azioni svolte dentro i margini del testo sono visibili e commentabili solo sul profilo personale del lettore, che può decidere se rendere pubblica o meno la presenza di un titolo nella sua libreria insieme alle attività associate al libro.

Un aspetto particolarmente sentito sembra essere invece quello del tempo, in un duplice aspetto: la capacità di calcolare e monitorare la quantità di tempo investito nella lettura, e la necessità di risparmiarlo.

La risposta al primo problema si trova, per esempio, nel filtro di ricerca basato su una stima del tempo necessario per la lettura del libro selezionato a cui si è già accennato; mentre, allo scopo di accelerare i tempi di lettura, nel maggio del 2016 si è scelto di inserire una funzionalità specifica (Spritz Speed Reader) attraverso l'integrazione di una tecnologia che permette la lettura veloce elaborata dalla *Spritz*, una start up americana, secondo cui:

"The time-consuming part in reading is the eye movement from word to word, which requires lots of space. With compact text streaming from Spritz, the eye does not have to move. This enables fast streaming which more comfortable and easier for the reader."<sup>23</sup>

La seconda grande funzionalità attraverso cui la piattaforma si propone come concorrente sul mercato è sicuramente la vendita diretta di eBook, con oltre 1 milione e 500 mila titoli disponibili di almeno dieci grandi case editrici fra cui: HarperCollins, Penguin Random House e Simon & Schuster; e, oltre alla vendita, BookShout possiede oltre 200,000 eBook privi di diritti da scaricare e leggere gratuitamente.

Fra le caratteristiche aggiuntive si può citare invece la pagina di analisi delle abitudini di lettura elaborata per ogni utente registrato, in cui vengono riportati alcuni dati come il tempo dedicato alla lettura o il numero di parole lette entro un certo periodo di tempo (Fig. 3).

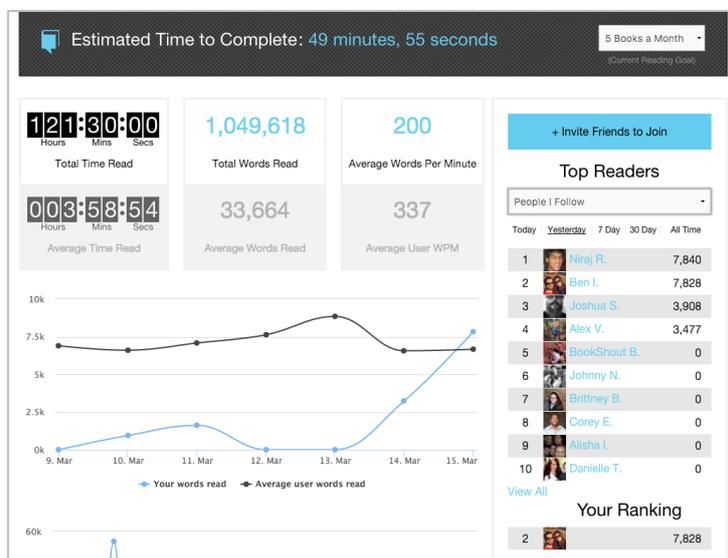


Figura 3. Fonte: BookShout!

Lea. Libri e altro (<http://www.lealaterza.it/landing/>)

Lea, libri e altro è uno dei pochi casi italiani, insieme a Pandoracampus, di ambiente di lettura costruito direttamente da una casa editrice. La casa editrice Laterza, in collaborazione con

<sup>23</sup> <http://spritzinc.com>. Alcuni video che mostrano il funzionamento del software nello specifico sono disponibili sulla pagina Facebook di Spritz, all'indirizzo [https://www.facebook.com/pg/spritzinc/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/spritzinc/videos/?ref=page_internal)

Bookliners, attraverso questo progetto cercano di offrire una risposta ai cambiamenti in atto nelle pratiche di lettura e alle possibilità offerte dalla dimensione multimediale e partecipativa del Web.

Il servizio, a differenza di altri casi, non prevede la vendita di eBook, ma la possibilità di leggere, online e offline, in streaming una selezione di titoli, circa 600, scelti fra tutte le collane del catalogo Laterza, sia di saggistica che di narrativa.

Dopo un mese di prova gratuita è possibile fare un abbonamento mensile o annuale che consente l'accesso alla piattaforma sul Web e, scaricando l'app, tramite dispositivi iOS o Android.

Obiettivo fondamentale del progetto è «creare una comunità forte, selezionata ma al tempo stesso aperta, di persone accomunate dalla passione per la lettura e per la discussione, dalla curiosità e dalla voglia di interagire e scambiarsi idee»<sup>24</sup>; in questo senso sono state riunite tutte le funzionalità di base utili e le azioni di condivisione tipiche dei social network.

Ma anche il testo, superando la sua dimensione tradizionale, può essere arricchito con contenuti multimediali. Per ogni libro selezionato compaiono alcune informazioni come la scheda di sinossi, una breve biografia dell'autore, la segnalazione di eventuali contenuti extra<sup>25</sup>, in quali gruppi il libro compare e quali altri utenti l'hanno letto o consigliato. Le funzionalità nel testo comprendono la possibilità di evidenziarlo, e annotarlo scegliendo fra tipi di note diverse: si può inserire un commento a cui altri utenti potranno rispondere iniziando così una discussione, aggiungere link a pagine esterne o arricchire il testo inserendo materiali audio, video e foto (Fig. 4).



Figura 4. Un esempio dell'ambiente di lettura. Fonte: Lea.

I libri possono essere consigliati ad altri utenti anche se al di fuori di una vera e propria funzionalità di rating. In qualsiasi momento si può decidere di salvarli in uno scaffale sul proprio profilo, suddivisi fra letti e in lettura. La dimensione di interazione con gli altri lettori si trova anche nei "gruppi di lettura" tematici, a cui l'utente può decidere di partecipare e può crearne lui stesso.

Caratteristiche specifiche vere e proprie non sono presenti, anche se sono da segnalare la qualità e fruibilità dell'interfaccia grafica e la navigabilità dei contenuti; dalla homepage l'utente può accedere al blog della piattaforma in cui sono segnalate le novità in uscita e i consigli editoriali, e, nel caso voglia acquistare un libro in formato cartaceo, può accedere con un link diretto alla piattaforma di vendita dell'editore.

Il progetto Lea, come si accennava, può essere confrontato con un altro portale italiano, Pandoracampus. In questo caso il tentativo parte dalla Società editrice il Mulino a cui si uniscono un gruppo di editori specializzati in manuali per l'educazione superiore: Wolters Kluwer Italia, Carocci editore, De Agostini Scuola, Hoepli e Wiley; questa specificità rende il portale un punto di riferimento anche rispetto alle nuove modalità di e-learning.

<sup>24</sup> <http://lealaterza.it/progetto/>

<sup>25</sup> Gli extra sono contenuti aggiuntivi, rispetto alla versione cartacea, proposti dall'editore o dagli autori in relazione a tutto il libro o a un passo preciso.

Thepigeonhole (<https://thepigeonhole.com/>)

Lanciata nell'ottobre 2014 da Anna Jean Hughes e Jacob Cockcroft, Thepigeonhole è una piattaforma di pubblicazione e lettura, fruibile online o tramite applicazione per dispositivi Apple e Android. L'ambiente di lettura e una parte del catalogo di libri sono accessibili liberamente, mentre una selezione di titoli è a pagamento.

La piattaforma si presenta fondamentalmente come un aggregatore di gruppi di lettura, perché «The old ideas are the best ones» e quindi «The Pigeonhole is the global book club in your pocket». L'obiettivo dichiarato diventa quella di rendere l'esperienza di lettura «serialised, social, interactive» perché più conforme allo stile di vita contemporaneo:

“A book was once the best means of mass communication; now it is the phone. But there is no longer a need to choose between the two. The Pigeonhole is at the forefront of a new era of mobile reading, launching our titles in bite-sized instalments, or staves, designed to fit into any reader's life.”<sup>26</sup>

Il lettore è libero di scegliere se unirsi ad un gruppo di lettura già creatosi intorno ad un libro, iniziarne uno proprio invitando altri amici o leggere da solo. In ogni caso, l'ambiente di lettura risulta strutturato in modo abbastanza rigido: ogni libro viene suddiviso in un numero di episodi di lunghezza variabile ('staves'), forniti al lettore a cadenza prefissata; e, come all'interno dei gruppi di lettura più tradizionali, alla base di questo meccanismo c'è la volontà di leggere collettivamente un libro nell'arco di uno spazio temporale prestabilito. Nel caso un utente voglia dare vita al proprio club, è libero di scegliere la data di inizio e la frequenza con cui i partecipanti riceveranno le staves.

Le funzionalità classiche offerte all'utente sono contenute all'interno del testo che può quindi essere evidenziato e commentato, mentre, a margine, si può inserire materiali audio e video, o avviare una discussione. Ogni racconto serializzato viene arricchito da materiale di riferimento con schede, interviste, link ad articoli esterni e contenuti multimediali.

Nel corso del 2017, la piattaforma è stata scelta come partner dalla casa editrice Pan MacMillan come strumento innovativo per veicolare la campagna pubblicitaria del nuovo libro di Ken Follett *La colonna di fuoco*. Dopo dieci mesi di pianificazione pubblicitaria, a partire dal 24 agosto 2017, i vincitori del concorso membri dei book clubs della piattaforma hanno ricevuto ogni due giorni un episodio del racconto, accompagnato da un'email personale da parte dell'autore, con la possibilità di discuterne con altri lettori e con Follett stesso (Robinson 2017).

## 2. Community di scrittori e lettori

Ewriters (<http://www.ewriters.it>)

Ewriters è stata una piattaforma italiana di scrittura e lettura online fra le più longeve nel Web; nata nel gennaio del 2000 ne è stata annunciata la chiusura nel maggio del 2018, un ulteriore esempio dell'estrema fragilità insita in queste realtà, come aveva già dimostrato il caso di Shelfari di cui Amazon ha annunciato la chiusura agli inizi del gennaio 2017, invitando gli utenti a esportare i loro contenuti su Goodreads<sup>27</sup>. Gli scrittori e lettori registrati al portale sono oltre ottomila<sup>28</sup>, particolarmente attivi, con una produzione di oltre 70.000 lavori molto letti da parte degli utenti (per ogni testo pubblicato viene registrato il numero di persone che lo visualizzano), ma poco commentati<sup>29</sup>.

La piattaforma si focalizzava totalmente sulla pubblicazione di testi di vario genere, per questo motivo le funzionalità offerte agli utenti erano piuttosto limitate e, in generale, non si prevedevano tutte le funzionalità messe in evidenza negli altri casi di studio.

La lettura dei testi, resa accessibile anche a utenti esterni, non prevedeva funzionalità “collaborative” al di là dei commenti che potevano essere lasciati al fondo.

<sup>26</sup> <https://thepigeonhole.com/about>

<sup>27</sup> jemp27, Amazon Kills Shelfari, «The Reader's Room», 12 gennaio 2016, <https://thereadersroom.org/about/>

<sup>28</sup> Mentre nell'autunno del 2016 se ne dichiaravano meno di settemila, <http://www.ewriters.it>, data di ultima consultazione 29 luglio 2018.

<sup>29</sup> Uno studio sulle abitudini degli utenti nell'utilizzo delle funzionalità di social reading negli eBook si trova in H. Heikkilä et al., *Social Reading in E-books and Libraries*, cit.

Me gusta escribir (<http://megustaescribir.com>)

La piattaforma nasce nel 2008 e si presenta come un progetto di collaborazione con la Penguin Random House Grupo Editorial - divisione spagnola della casa editrice internazionale Penguin Random House - uno dei principali gruppi editoriali in lingua castigliana del mondo. Il progetto si delinea secondo due linee: da una parte si tratta di un vero e proprio social network dedicato ad autori e lettori, uno spazio in cui i primi possono presentare le proprie opere ed essere valutati direttamente dai secondi; a questo si unisce la presenza di una vera e propria piattaforma di autopubblicazione accompagnata, Caligrama<sup>30</sup>, legata più direttamente alla casa editrice come progetto parallelo<sup>31</sup>. A partire dal 2014, con una base di oltre 13.000 utenti, la piattaforma comincia ad essere modificata per andare incontro alle esigenze dei lettori/scrittori, i quali si mostrano sempre favorevoli alle implementazioni.

Nonostante i destinatari principali sembrino essere gli scrittori, si può dire che gli spazi della piattaforma siano equamente suddivisi fra quelli dedicati agli autori e altri ad uso dei lettori: la pagina principale di navigazione libera tra le opere è affiancata da una sezione di consigli per gli scrittori (*Recursos para escritores - Todo lo que necesitas para convertirte en autor*, comprendenti interviste, strategie di marketing editoriale e di scrittura), ma anche da luoghi di incontro fra i due attori come l'elenco degli utenti (di cui si può sapere il numero di fan e di eventuali opere pubblicate), la pagina dei gruppi tematici (*Grupos de megustaescribir - El punto de encuentro entre escritores y lectores*) e quella delle novità (*Noticias - Para lectores y escritores*).

L'utente lettore e/o scrittore, una volta registrato un proprio profilo potrà seguire quello degli altri ed essere seguito (da chi condivide gusti di lettura o da chi legge le sue opere), utilizzare una serie di funzionalità di base come quella di creare uno scaffale delle letture preferite, dare un voto agli autori e alle loro opere, lasciare una recensione dei manoscritti<sup>32</sup> ma anche un commento all'interno della lettura stessa. Come per tutti i prodotti circolanti sul web, anche in questo caso la quantità di valutazioni positive, ottenute sotto forma di "applausi", stabiliscono il livello di popolarità di autori e libri, e quindi anche la loro presenza fra i titoli più apprezzati e quindi visibili.

Wattpad (<https://www.wattpad.com/home>)

Fondata nel 2006 dagli sviluppatori Allen Lau e Ivan Yuen, la piattaforma con base a Toronto conta, ad oggi, circa 45 milioni di utenti e 200 milioni di testi caricati e condivisi in più di cinquanta diverse lingue del mondo. L'utilizzo dell'ambiente di lettura è gratuito, sia nella versione web che nelle applicazioni, scaricabili per dispositivi Android, Apple e Microsoft. Nel caso di Wattpad la versione app risulta di particolare importanza, i dati forniti dall'azienda indicano infatti che il 90% di tutte le attività della piattaforma si svolgono principalmente attraverso dispositivi mobili, una scelta che investe quindi produzione, fruizione e condivisione dei testi, che hanno la caratteristica di essere, nella maggioranza dei casi, seriali, sviluppati per episodi e altamente collaborativi. Questo insieme di caratteristiche spiega, forse, il forte successo che la piattaforma riscuote fra i ragazzi più giovani: «We have millennials' attention: our users are youthful, always connected, and they engage with our content for an average of 30 minutes per session. Millennials and Gen Z make up 90% of our total monthly audience of 45 million people»<sup>33</sup>.

L'obiettivo principale di Wattpad è quello di mettere in relazione gli utenti con le storie che amano e, nel caso questi non trovassero nulla di loro gradimento, quello di fornirgli l'opportunità di diventare a loro volta creatori di contenuti. In questa prospettiva, il focus sulla narrazione nella sua sfera collaborativa è una delle caratteristiche centrali della piattaforma: «Wattpad takes everything you love about storytelling, and turns it into a social, on-the-go experience. The result is a one-of-a-kind adventure in creation and discovery»<sup>34</sup>.

<sup>30</sup> <http://www.caligramaeditorial.com/quienes-somos/>

<sup>31</sup> Per intendersi, pubblicare la propria opera appoggiandosi, pagando una considerevole somma, a Caligrama non significa entrare a fare direttamente parte della casa editrice; vi possono essere maggiori possibilità di essere letti dagli editor ma non è comunque un dato scontato.

<sup>32</sup> La piattaforma distingue i testi disponibili gratuitamente attraverso la piattaforma di lettura condivisa (chiamati manoscritti), da quelli autopubblicati tramite Caligrama (i libri).

<sup>33</sup> <http://business.wattpad.com>

<sup>34</sup> <https://www.wattpad.com/about/>

Un deciso passo in avanti nell'innovazione delle tecniche di storytelling è stato fatto con l'uscita nel marzo del 2017 di *Tap*<sup>35</sup> e, successivamente, di *Tap Originals*<sup>36</sup>, una app gratuita in grado di creare e condividere brevi racconti sotto forma di conversazione, a cui possono essere associati contenuti multimediali prodotti dallo stesso autore (Fig. 5)



Figura 5. Un esempio delle *Tap* stories sotto forma di chat. Fonte: Wattpad.

Il rapporto (sfumato) che intercorre tra lettore e autore è centrale; agli scrittori, per riuscire a emergere in questa nebulosa testuale, viene consigliato di curare i rapporti con i loro followers: partecipare alle discussioni e rispondere ai commenti dei lettori che possono votare e consigliare, mantenendo così l'attenzione sui loro testi. Per orientarsi tra le opere pubblicate sulla piattaforma, i testi vengono organizzati in base a generi, numero di visualizzazioni, consigli degli utenti e dello staff. La lettura è vincolata a una pubblicazione per episodi (che non posso superare le 2000 battute), e i testi possono essere salvati in una biblioteca personale, votati, commentati e condivisi attraverso i social network più diffusi.

## Considerazioni finali

Incrociano i dati raccolti attraverso il lavoro di analisi delle piattaforme si sono isolate tre tipologie fondamentali di piattaforme contenenti funzionalità riconducibili alle pratiche di social reading.

Nel caso di quelli che abbiamo denominato social book networks, il testo non è materialmente presente sulla piattaforma e prevalgono elementi considerati "sociali", ovvero di condivisione delle informazioni, dei pareri e dei consigli di lettura.

La seconda forma individuata comprende invece tutte quelle piattaforme in cui è presente un testo vero e proprio. In questo caso si è effettuata un'ulteriore differenziazione tra portali in cui viene offerta una reale lettura collaborativa dei testi digitali, e piattaforme in cui prevale invece un rapporto più o meno diretto fra scrittori e lettori. Nel caso in cui sia poi effettivamente presente un eBook da leggere, emergono ulteriori diversità riguardanti le forme di accesso ai libri e in questo caso l'analisi svolta riconduce a tre modalità fondamentali di accesso alla lettura:

- lettura gratuita di testi in pubblico dominio o, in alternativa, lettura gratuita di almeno una parte dell'eBook;
- accesso all'acquisto, integrato nella piattaforma o reindirizzato verso siti dedicati;
- streaming in abbonamento.

<sup>35</sup> <https://blog.wattpad.com/wattpad/2017/3/7/create-your-own-stories-chat-style-with-tap-by-wattpad?rq=tap>

<sup>36</sup> <https://blog.wattpad.com/wattpad/2017/7/28/introducing-tap-originals-premium-serialized-chat-stories-with-multimedia-elements>

Cercare di mappare e descrivere una realtà sfaccettata come questa, ha significato, in parte, forzarla all'interno di uno schema. La tipizzazione a cui sono state ricondotte le piattaforme non può essere considerata in senso rigido, l'universo di riferimento di questi ambienti di lettura è estremamente effimero, si tratta di un mondo in cui periodicamente nascono e si sviluppano esperimenti che ibridano il concetto stesso di lettura e scrittura.

Quello che però emerge dall'analisi delle diverse tipologie di piattaforme, sono una serie di tendenze generali verso cui si muovono le pratiche di lettura e ciò che le circonda; in modo particolare riguardo gli strumenti utilizzati per leggere, ma anche rispetto l'evoluzione dei generi letterari e delle loro modalità di produzione. Dopo un primo momento, parallelo alla nascita dei grandi social network generalisti, in cui sono nate piattaforme come aNobii e LibraryThing ancorate al modello del social cataloging, ci troviamo oggi entro una nuova fase di sperimentazione in cui altre realtà, pur non avendo ancora raggiunto una piena maturità di azione, tentano di superare i modelli dominanti.

L'abitudine alla lettura su dispositivi dalle dimensioni sempre più ridotte (Berkowitz 2016) può poi, in parte, spiegare un fenomeno crescente come quello della segmentazione e serializzazione dei testi. Se è vero però che la tradizione dei libri pubblicati a fascicoli ha una sua importante storia pregressa, piattaforme come Wattpad con le sue 2000 battute, o Thepigeonhole in cui la lettura dell'intero eBook è organizzata per *staves* concessi giorno per giorno, appaiono quasi come il riproporsi di vecchie modalità di lettura tornate in auge perché utili alle necessità, e agli strumenti, dell'età contemporanea.

È importante ancora accennare al ruolo che potrà svolgere la lettura collettiva e collaborativa in futuro, in particolare per canali di trasmissione della cultura come la scuola o le biblioteche. Alcune piattaforme di cui abbiamo parlato, come le possibili applicazioni di Aureoo si stanno muovendo in questa direzione, ma un cambiamento strutturale è ancora in là da venire e dovrà investire in primo luogo le abitudini dei lettori, così da superare la frattura percepita tra nuove pratiche di lettura e lettura tradizionale.

In generale, dopo una prima fase di estremo entusiasmo e di sperimentazione tecnologica, dettata dalla novità dei devices tecnologici, dall'inferiorità di prezzo ed in generale dalla maggiore usabilità degli eBook, gli investimenti degli editori nello sviluppo di app, ambienti di lettura ed eBook veri e propri con un elevato livello di innovatività, di fatto, ha subito una battuta d'arresto. In molti casi gli investimenti si sono rivelati sbagliati ed i progetti hanno chiuso oppure sono stati assorbiti da realtà più competitive. A partire dalla prima fase di ricerca e analisi nel 2016, ad oggi, sono diverse le piattaforme analizzate che hanno cessato di operare o che, come nel caso di Aureoo, stanno lavorando su loro stesse in corso d'opera. Nello spazio digitale gli editori non hanno trovato immediatamente, e con facilità, la richiesta di un'esperienza di lettura innovativa da parte degli utenti.

Se l'umanità si è evoluta, anche, grazie alle narrazioni trasformate in letteratura che per molto tempo sono state fruite principalmente sotto forma di libro a stampa, la comparsa di forme alternative non dovrebbe significare la perdita di centralità del libro e delle sue possibili evoluzioni in senso generale; per fare sì che questo avvenga, nel futuro prossimo vi è la necessità di costruire un vero e proprio spazio della lettura digitale, continuare a sperimentare e cercare di comprendere in che direzione si muove la frammentazione delle pratiche, per aiutare i lettori stessi a scoprire quali nuove esperienze del leggere li aspettano.

## References

Arévalo, Julio Alonso e José Antonio Cordón García. "El libro como sistema: hacia un nuevo concepto de libro." *Cuadernos de Documentación Multimedia* 26 (2015). Disponibile all'URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/50628>.

Baron, Naomi S. *Words Onscreen*. New York: Oxford University Press, 2015.

Berkowitz, Daniel. "No, I Don't Want a Bigger E-Reader. I Want an Even Smaller One." *Digital Book World* (2016). Ultimo accesso 28 luglio 2018. Disponibile all'URL: <http://www.digitalbookworld.com/2016/no-i-dont-want-a-bigger-e-reader-i-want-an-even-smaller-one/>.

- Burgos, Martine, Christophe Evans ed Esteban Buch. "Sociabilités du livre et communautés de lecteurs. Trois études sur la sociabilité du livre." *Éditions de la Bibliothèque publique d'information* (1996) (généré le 23 février 2017). Ultimo accesso il 10 luglio 2018. Disponibile all'URL: <http://books.openedition.org/bibpompidou/1802>.
- Castellucci, Paola. *Dall'ipertesto al Web. Storia culturale dell'informatica*. Roma-Bari: Laterza, 2009.
- Cocozza, Paula. "How eBooks Lost their Shine: 'Kindles Now Look Clunky and Unhip'." *The Guardian* (2017). Ultimo accesso 20 agosto 2018. Disponibile all'URL: <https://www.theguardian.com/books/2017/apr/27/how-ebooks-lost-their-shine-kindles-look-clunky-unhip-#img-2>.
- Costa, Paolo. *#letturasenzaconfine. Il futuro del libro nell'era social*. Milano: Egea, 2017.
- Cordón-García, José-Antonio, Julio Alonso Arévalo, Raquel Gómez-Díaz, e Daniel Linder. *Social Reading. Platforms, Applications, Clouds and Tags*. Oxford: Chandos Publishing, 2013.
- De Kerckhove, Derrick. "Biblioteche e nuovi linguaggi: come cambia la lettura." *Le teche della lettura: leggere in biblioteca al tempo della rete*, a cura di Claudio Gamba e Maria Laura Trapletti, 23-33. Milano: Editrice Bibliografica, 2006.
- Faggiolani, Chiara e Maurizio Vivarelli (a cura di). *Le reti della lettura. Tracce, modelli pratiche del social reading*. Milano: Editrice Bibliografica, 2017.
- Heikkilä, Harri, Janne Laine e Olli Nurmi. *Social reading in e-books and Libraries*. Next Media, 2013. Disponibile all'URL: [http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables2013/D1.3.7.4\\_eReading%20Social%20reading%20in%20e-books%20and%20Libraries.pdf](http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables2013/D1.3.7.4_eReading%20Social%20reading%20in%20e-books%20and%20Libraries.pdf).
- Holmen, Mads. "In a World of Peak Attention, How Can Books Survive?" *The Bookseller* (2017). Ultimo accesso 15 luglio 2018. Disponibile all'URL: <https://www.thebookseller.com/futurebook/were-reaching-peak-attention-how-can-books-survive-585556>.
- Mancini, Mario. *Schermocracy. Libro o ebook*. Firenze: goWare editore, 2015.
- Mancini, Mario. "Libro contro ebook? O libro ed ebook contro tutti?" «<ebook>extra» (2015). Disponibile all'URL: <http://www.ebookextra.it/libro-ebook/>.
- Marchese, Viola. "Social reading e social book network. Una prima mappa delle pratiche di lettura in rete." *Le reti della lettura. Tracce, modelli pratiche del social reading*, a cura di Chiara Faggiolani e Maurizio Vivarelli, 139-164. Milano: Editrice Bibliografica, 2017.
- Marchese, Viola. *Il libro e la lettura, le dis(continuità) nell'era digitale*. Tesi di laurea, Università degli studi di Torino, a.a. 2016/2017, relatore M. Vivarelli.
- Negroponte, Nicholas. *Essere digitali*. Milano: Sperling & Kupfer, 1995.
- Pierri, Marina. "Dove sta andando Netflix." *Wired.it* (2016). Ultimo accesso il 12 luglio 2018. Disponibile all'URL: <https://www.wired.it/play/televisione/2016/04/11/netflix-dove-sta-andando/>.
- Robinson, Miriam. "Partnership Profile: a Flying Start." *TheBookseller* (2017). Ultimo accesso 15 luglio 2018. Disponibile all'URL: <https://www.thebookseller.com/insight/partnership-profile-flying-start-638981>.

Rowberry, Simon. "Is the E-book a Dead Format?" *The Bookseller* (2017). Disponibile all'URL: <http://www.the-bookseller.com/futurebook/ebook-dead-format-595431>

Stein, Bob. *A Taxonomy of Social Reading: a proposal*. Institute for the Future of the Book, 2010. Ultimo accesso 28 luglio 2018. Disponibile all'URL: <http://futureofthebook.org/social-reading/category-4/index.html>

Wolf, Maryanne. *Proust e il calamaro. Storia e scienza del cervello che legge*. Milano: Vita e Pensiero, 2009. (*Proust and the Squid. The Story and Science of the Reading Brain*, 2007).