

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Facoltà di Lettere e Filosofia

Corso di Laurea Triennale in Scienze Umanistiche per la Comunicazione



COMUNITÀ DI LETTORI E  
PROMOZIONE DELLA LETTURA:  
IL CASO DEL BOOKCROSSING

Relatrice: Prof.ssa Paola Dubini

Correlatrice : Prof.ssa Luisa Finocchi

Prova finale di:

Ivan Donati

Matr. n. 629918

Anno Accademico 2003-2004

*“Se un libro non vi è piaciuto, abbandonatelo. Se vi è piaciuto, abbandonatelo per farlo leggere a qualcun altro. Se vi è piaciuto così tanto, ricompratelo.”*

Daniel Pennac, *‘Come un romanzo’*

*“Il trucco per far funzionare il sistema è associare il libro giusto al posto giusto. Per esempio ‘Sulla strada’ di Jack Kerouac è stato rilasciato in una stazione di benzina vicino a New York ed è arrivato di mano in mano fino al Messico”*

Ron Hornbaker, *ideatore del bookcrossing*

*“A book is not only a friend, it makes friends for you. When you have possessed a book with mind and spirit, you are enriched. But when you pass it on you are enriched threefold.”*

Henry Miller, *‘The books in my life’*

*“...se il libro invece va a uno sconosciuto, a una persona anonima, è importante che questo accada in un luogo preciso. Non importa se si tratta di un’antica piazza o di uno squallido giardinetto di periferia; in ogni caso deve essere un luogo. I luoghi sono tali solo in rapporto alla memoria che ne conserviamo, piacevole o spiacevole che sia. Comunicare questo pensiero agli altri, produrre una piccola memoria, quella del ritrovamento, è già un modo per creare un luogo; e quindi un senso.”*

Gianni Celati, *‘Verso la foce’*

*“... i libri dovrebbero stare incustoditi nei posti pubblici e spostarsi insieme ai passanti che se li portano dietro per un poco e dovrebbero morire come loro, consumati dai malanni, infetti, affogati giù da un ponte insieme ai suicidi, ficcati in una stufa d’inverno, strappati dai bambini per farne barchette, insomma ovunque dovrebbero morire tranne che di noia e di proprietà privata, condannati a vita in uno scaffale...”*

Erri de Luca, *‘Tre cavalli’*

*“La prima sera un povero barbone alla stazione ha trovato un libro e lo ha portato alla biglietteria. Il bigliettaio ha iniziato a leggerlo. Forse non è il lettore tipo, ma anche in questo senso l’iniziativa ha successo: far leggere un libro a chi magari avrebbe usato il tempo in altro modo.”*

Marco Lanzarini, *redattore della casa editrice Meridiano Zero*

## Sommario

1. Introduzione, *pag.4*
2. Bookcrossing, le origini di un'avventura, *pag.6*
3. Il regolamento del gioco, *pag.9*
4. Il linguaggio del bookcrossing, *pag.11*
  - a. Quando i corsari navigano nelle sezioni del sito ufficiale
5. Dalla parte dei giocatori, *pag.15*
  - a. Nel mondo dei *meetup*
  - b. Con bookcrossing si legge di più
6. Una comunicazione fra tradizione e innovazione, *pag.22*
7. E l'Italia gioca, *pag.25*
  - a. Fahrenheit e Caccia al libro
  - b. La lettura come piacere collettivo
  - c. LibriLiberi
8. Le fonti di entrata, *pag.31*
9. Bookcrossing come strumento di promozione, *pag.32*
10. Bookcrossing e case editrici, *pag.33*
  - a. "La partita spagnola" di Alessandro Baricco
  - b. Il "Primo parallelo" della Meridiano Zero
11. Bookcrossing e localismi, *pag.37*
  - a. Lo Scaffale del libero scambio a Firenze
  - b. Quando il libraio diventa ideatore di eventi bookcrossing
  - c. Il bookcrossing a Borgomanero si fa al bar
12. L'etica del dono, *pag.43*
13. Il bookcrossing che parla, *pag.45*
14. Conclusioni, *pag.46*
15. Bibliografia, sitografia e indice delle interviste, *pag.49*

## 1.

### Introduzione

L'origine etimologica del termine 'comunità' riprende il *mimus*, ossia il dono da condividere. Ritengo che la Rete lavori al meglio quando sfrutta la sua capacità di interconnettività nella creazione di una comunità. Alla base del bookcrossing vi è appunto una volontà di condividere risorse, cosa che ha riscontrato subito il mio interesse quando, tre anni fa, mi sono imbattuto, sulla tratta ferroviaria Milano - Alessandria, ne "Il piccolo principe" di Saint Exupery, contrassegnato da uno strano logo, che, solo successivamente, ho avuto modo di comprendere durante il corso di laurea in "Scienze Umanistiche per la Comunicazione". In quel momento non capivo cosa avessi di fronte ma ne avevo compreso le potenzialità interrelazionali e di scambio culturale, suggeritemi dal libro stesso.

Una condivisione di risorse, quindi e, molto importante, un accesso gratuito a beni culturali, senza barriere economiche di alcuna sorta. Requisito fondamentale, oltre all'ovvio amore per la lettura, la possibilità di accedere a Internet senza esserne necessariamente fanatici. Credo che il notevole fascino del bookcrossing risieda nella conciliazione di due media così diversi, ma, in questo caso, così ben complementari: libro e computer.

In questa ricerca ho deciso di analizzare bookcrossing nelle sue componenti fondamentali. Come è nato, il funzionamento, la componente ludica, i risvolti sociali, culturali, il linguaggio, il punto di vista dei giocatori, il flusso comunicativo.

Ho cercato di capire come l'editoria si rapporti a questo item innovativo e come bookcrossing rappresenti un'occasione per creare interessanti sinergie fra enti comunali, biblioteche, librerie e associazioni culturali in genere, a partire dall'amore per la lettura e dal desiderio di far sì che questo sia motivo di incontro e condivisione di interessi. Inoltre ho analizzato il fenomeno in questione, ricorrendo a strumenti critici e paradigmi teorici acquisiti in questi tre anni di Scienze Umanistiche per la Comunicazione. Le tracce-guida per la trattazione del tema stabilito sono inerenti al rapporto fra forme promozionali istituzionali e spontanee - che non significa senza regole. Ho tentato di analizzare bookcrossing

come tipologia di promozione bottom up, integrabile con promozioni più canoniche. Mi sono chiesto se bookcrossing sia un'occasione per leggere effettivamente di più e, quindi, una possibilità di business per soggetti economici pubblici o privati, anche nell'ambito dell'ideazione di iniziative volte promuovere l'esperienza della lettura come fatto di cultura collettiva e partecipata.

La difficoltà sin dall'inizio è stata la mancanza di una bibliografia tradizionalmente intesa e quindi l'assenza di libri che approfondissero il tema in questione.

Ho subito compreso come questo fosse sostanzialmente un terreno di ricerca vergine. Tale aspetto mi ha motivato ulteriormente.

Mi è stato di notevole aiuto Internet, con la presenza di numerosi siti, seppur spesso ripetitivi, se si eccettuano il sito ufficiale e i ben realizzati siti italiani di supporto.

Ho consultato archivi telematici, con la raccolta di articoli apparsi su testate locali e nazionali. Anche in questo caso ho reperito informazioni spesso generiche e non molto approfondite, utili comunque per fornirmi i contatti personali, su cui ho puntato molto.

Ho provveduto quindi a tante, tante interviste telefoniche o di persona. Ho partecipato a svariati *meetup* - incontri di partecipanti alle iniziative bookcrossing - ho sottoposto diversi questionari a bookcrosser, ho liberato e registrato più libri, ho preso parte a incontri nei forum ufficiali e nei forum dei siti di supporto. Ho riscontrato notevole interesse e disponibilità nei miei confronti, dettati forse dalla consapevolezza dei partecipanti a questo gioco di quanto il livello informativo inerente al bookcrossing sia scarso e superficiale.

Pian piano, sono riuscito a produrre una analisi che, se certamente non esaurisce il tema in questione, reputo fornisca spunti interessanti da approfondire magari durante i due anni di laurea specialistica.

A livello umano-emotivo sono lentamente entrato in un mondo che io stesso, all'inizio della ricerca, non pensavo così affascinante e variegato al suo interno.

A discussione di tesi avvenuta, ho intenzione di liberare nel mondo il mio lavoro, iniziando così a sperimentare da pirata anche la navigazione e gli ipotetici arrembaggi di un mio scritto.

2.

**Bookcrossing, le origini di un'avventura**

L'ideatore di bookcrossing è Ron Allen Hornbaker, programmatore 36enne di Kansas City, il quale è riuscito a rendere globale la diffusa abitudine di scambiarsi i libri.

Il 17 aprile 2001, con il supporto della Humankind System - società che si occupa di software e Internet e di cui lui è partner - Ron ha ideato il sito Internet, [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com), che ha coinvolto lettori di tutto il mondo, con interesse sempre crescente.

“Se ami un libro, lascialo libero” - afferma Hornbaker nel sito - in un parco, nel vagone di un treno, in una cabina telefonica, ovunque. L'idea di fondo è quella di condividere un libro che si è apprezzato attraverso un percorso casuale, da lettore a lettore, e - si spera - continuare la catena nel mondo. Quindi se già avveniva, più o meno casualmente, che un lettore, finito un libro, lo abbandonasse a beneficio del mondo, bookcrossing lo prevede sistematicamente.

La filosofia di Ron, come egli stesso racconta, è ispirata in parte a due siti scoperti sulla rete, facenti parte della categoria dei *tracking sites*, dove, cioè, si segue un oggetto che passa di mano in mano, coprendo, potenzialmente, ogni angolo del globo. Il meccanismo che consente il tracking è sempre riconducibile alla logica del code number, un numero di identificazione che viene inserito in un database nel sito e che garantisce univocità al percorso dell'oggetto medesimo.

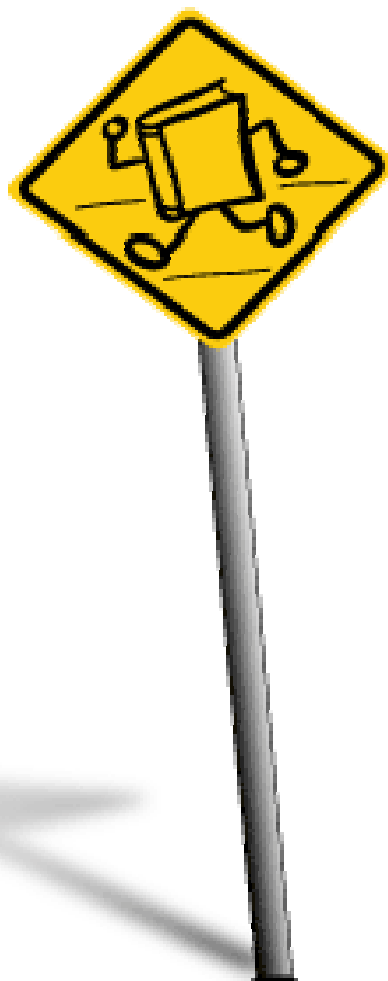
I siti in questione, che condividono con bookcrossing una rilevante componente ludica, sono:

-[www.wheresgeorge.com](http://www.wheresgeorge.com), il quale segue gli itinerari di banconote statunitensi, attraverso il loro numero di serie;

-[www.phototag.org](http://www.phototag.org), che, invece, è alla caccia di una rete di macchine fotografiche, liberate dopo aver scattato una sola foto.

È stata proprio quest'ultima iniziativa decisamente singolare a stimolare l'ideatore del bookcrossing, inducendolo a chiedersi di cos'altro potessero essere monitorati interattivamente gli spostamenti. Così ha avuto inizio l'avventura dell'attraversamento-libri, bookcrossing appunto, meglio comprensibile se

osserviamo il logo ufficiale, pensato dalla moglie di Hornbaker: un segnale stradale di pericolo per attraversamento, con all'interno un libro circolante, con le sue gambe e braccia, mentre corre.



Dal marzo 2001, in concomitanza con l'apparizione di un articolo sul periodico "Book Magazine", il fenomeno ha assistito a un progressivo aumento di partecipanti, e non solo negli States, fino ad arrivare all'attuale media di 350 iscrizioni giornaliere, 300.000 membri circa, oltre un totale di oltre 200.000 libri registrati e 23.000.000 di visite mensili al sito. Dati, quest'ultimi, consultabili sul suddetto sito ufficiale, [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com).

Non essendo prevista alcuna forma di pianificazione pubblicitaria, i fattori che influenzano la crescita della comunità sono essenzialmente la copertura mediatica e il passaparola - on line o meno. La prima modalità ottiene maggiore successo nel brevissimo periodo, la seconda contribuisce alla crescita della comunità anche nei momenti di scarsa esposizione mediatica.

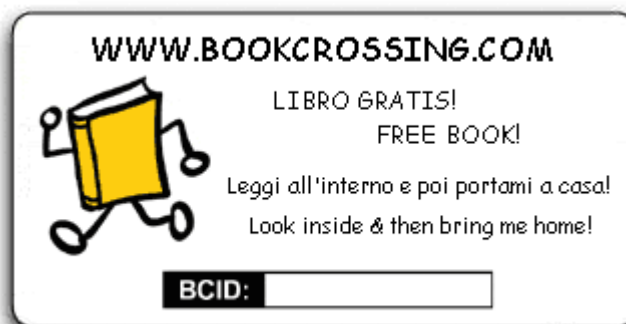
Inoltre il bookcrossing si autopromuove ogni volta che un individuo entra in contatto con un libro liberato e opportunamente contrassegnato o quando si imbatte nel sito, navigabile anche senza registrazione preventiva.



### 3.

#### Il regolamento del gioco

Si parte ovviamente da un libro da cui si è disposti a separarsi definitivamente. A questo punto lo si registra sul sito, funzionante secondo la regola delle 3 R - *Read, Register e Release*. Si inserisce l'ISBN (il numero associato a ogni libro a livello internazionale) e, a registrazione ultimata, viene fornito il Bookcrossing ID number, il BCID, che identificherà da quel momento il libro univocamente. Si scarica ora dal sito una speciale etichetta di identificazione, sulla quale si scrive il codice BCID, che verrà in seguito attaccata sulla copertina o posta fra le pagine, per identificare il libro come facente parte del circuito bookcrossing e illustrare le modalità partecipative per chi non conosce il fenomeno.



E' giunto il momento per liberare il libro nel luogo designato, denominato *crossing zone*, dopo aver inserito nel sito una nota di rilascio, la *release note*, con l'indicazione di dove e quando il libro sarà donato al mondo e con eventuali informazioni per agevolare la ricerca.

Inizia la seconda fase del gioco, quella del *feed back*. È il momento della caccia, del *go-hunting*.

Se chi entra in contatto col libro si registrerà al sito attraverso il BCID, potrà avere a disposizione tutte le recensioni pubblicate, individuare la provenienza del "regalo" e monitorare i percorsi compiuti da lettore a lettore. Infine la persona che aveva liberato il libro riceverà una e-mail con la notifica del ritrovamento. Si

auspica che il nuovo utente legga a sua volta il libro per poi donarlo, una volta recensito, in un luogo stabilito. Dopo aver rilasciato un libro, è possibile vedere se sia stato rintracciato da qualcuno e entrare in contatto con questa persona, nel caso si sia iscritta e abbia mandato un messaggio a chi ha donato il libro.

Il lettore ha inoltre la possibilità di inserire un suo giudizio sul libro letto. L'insieme di tali recensioni va a costituire la *virtual bookshelf*, una sorta di libreria virtuale, in cui tenere nota dei propri consumi letterari e condividerli con i navigatori della rete.

Questo è il feedback ottimale.

Infatti una persona può reperire un libro liberato, prenderlo e tenerlo con sé, senza farlo procedere nel viaggio da lettore a lettore.

Al momento, sempre secondo le stime del sito ufficiale, solo il 25% dei volumi liberati è ritrovato e segnalato effettivamente su [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com) e, di questa percentuale, il 15% è rappresentato da utenti non ancora registrati che decidono di partecipare, proseguendo quindi la catena.

Si noti come il bookcrossing è strettamente legato fin dalla nascita a Internet, che è la condizione necessaria per la sua diffusione e sulla base del quale è stato pensato.

#### 4.

### Il linguaggio dei bookcrosser

Essendo quella dei bookcrosser una comunità, è riscontrabile la volontà di mantenere una forte identità e coesione interna di questo gruppo di individui, conseguente alla condivisione di un'attività culturale. Ritengo, quindi, che si possa parlare di un sottocodice<sup>1</sup>, il quale, specialmente a livello lessicale, è fortemente marcato in diamesia<sup>2</sup>. L'uso del computer influenza, infatti, gli item linguistici. Qui di seguito un elenco di alcuni termini significativi per chi pratica l'attraversamento-libri. Di notevole aiuto è stato il "Manuale del bookcorsaro", di Marco Rinaldi, pubblicato su Internet, nei vari siti italiani di supporto.

**Bookcrosser:** chi vive l'esperienza del bookcrossing e dispone di un *nick-name*, ottenuto in seguito all'iscrizione. In Italia è tradotto bookcorsaro. Un pirata del libro, insomma. Buono, s'intende.

**Liberare o rilasciare un libro:** abbandonare un libro o cederlo, rigorosamente dopo averlo registrato sul sito e avervi apposto la necessaria etichetta.

**Crossing zone:** zona deputata alla liberazione del libro. Si tratta di locali che mettono a disposizione uno spazio per depositare e prendere dei libri. Per un utente che fosse impossibilitato a raggiungere suddetti luoghi, è possibile spedire il libro al gestore del locale. Tale procedimento è detto *post-crossing*. Le *official crossing zone* divengono, una volta circa al mese, teatri dei meetup.

---

<sup>1</sup> I sottocodici sono varietà del codice linguistico e presentano questa caratteristica: ai dati di base del codice medesimo aggiungono dei dati particolari che si riferiscono a un determinato settore di attività culturale e sociale. (Cfr. Maurizio Dardano e Piero Trifone, *La nuova grammatica della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, 2001)

<sup>2</sup> Il canale attraverso cui avviene uno scambio comunicativo ne influenza gli item linguistici, in particolare a livello lessicale. (Cfr. Maurizio Dardano, *Manualetto di linguistica italiana*, Bologna, Zanichelli, 1996)

**Meetup:** raduni di bookcrosser, i quali, dopo ripetuti scambi di e-mail fra i partecipanti di una determinata zona, si incontrano, scambiandosi libri, pareri e quant'altro.

**Into the wild:** la traduzione appare imprecisa perché non c'è l'esatto corrispondente in italiano. "Allo stato brado", "nel mondo selvaggio" è comunque il significato generalmente attribuito e si concretizza con la liberazione di libri ovunque. Parchi, bar, treni, cabine telefoniche: il mondo.

#### 4.a

#### Quando i corsari navigano nel sito ufficiale

**Home:** la frase che accoglie gli avventurosi naviganti è "*You've come to a friendly place, and we welcome you to our booklovers' community*". Da notare come si punti sin dal principio sull'idea di comunità. Sono fornite le modalità per una eventuale registrazione, articolate nei diversi sottomenù (*about bookcrossing, frequent questions, testimonials, contact us, privacy police*).

**Books:** si configura come il catalogo virtuale dei bookcrosser, ovvero tutto ciò che è stato scritto circa i libri registrati. L'utente è agevolato da diverse funzioni di ricerca (*browse books, search books, recently released, recently caught, most popular*). Il catalogo contiene inoltre le *bookshelves*, le librerie virtuali dei bookcorsari, che consentono al visitatore un confronto con i loro consumi letterari. E' inoltre possibile registrare i libri attraverso la funzione *register book* (tramite il codice BCID, fornito a partire dall'ISBN). *Print Label* non è che la stampa delle etichette, applicabili in seguito al libro da rilasciare. Il ritrovamento del libro è favorito dalla stesura di una nota di rilascio, il *release book*, con indicazioni per meglio individuare il luogo del tesoro.

**People:** sono qui raccolti tutti i membri del bookcrossing, attraverso svariate funzioni di ricerca: *browse members, search members, leader board*. Quest'ultima

è una classifica dei membri campioni in quanto a numero di registrazioni, di rilasci, di persone coinvolte nel cosiddetto *tell-a-friend*.

**Journal:** è lo strumento con cui si inseriscono le annotazioni circa i libri. Letteralmente “diario giornaliero”, viene aperto con la nota iniziale di chi registra il libro, può poi continuare con la *release note* e successivamente con i pareri di coloro che ritrovano il libro. Ogni libro ha un suo specifico journal, contraddistinto dal suo BCID. Le annotazioni fatte sui *journal* sono leggibili da tutta la comunità, ma modificabili solo da chi le ha scritte e, quindi, è a conoscenza del codice BCID.

**Go hunting:** l’elenco dei paesi che hanno aderito all’iniziativa e le rispettive città in cui circolano i libri. Dispensa dettagliate indicazioni per il loro reperimento, attraverso le *release notes*.

**Community:** il forum, le *crossing zones* e la sezione ‘*websites we like*’ permettono un’interazione fra utenti e gettano le fondamenta per un ipotetico incontro nei meetup.

**The buzz:** ci si riferisce con tale termine al “brusio” sviluppatosi intorno a questa tendenza culturale. Quindi i messaggi fra amici - il *tell-a-friend* - le rassegne stampa, la newsletter del bookcrossing, gli studi e le analisi, i *contest books* e *contest winners* (questi ultimi due consistono in competizioni, grazie alle quali giovani leve autoriali fanno circolare così i loro lavori).

**Private messaging:** è il sistema di messaggistica anonima utilizzato dal sito bookcrossing per consentire agli iscritti di comunicare fra loro via posta elettronica ignorando i rispettivi indirizzi. Al momento dell’iscrizione occorre infatti fornire un indirizzo e-mail, conosciuto solo dal sito, associato al nick name che identifica l’utente. È quindi il sito che veicola i messaggi fra i partecipanti.

**Ring:** modalità che prevede la liberazione di un libro, di cui è previsto dal liberatore un ritorno. Si configura, quindi, come una catena con persone individuate preventivamente. L'ultimo bookcrosser a cui è passato il libro deve ovviamente farlo pervenire al proprietario.

**Ray:** come nel caso del ring, inizialmente il libro è donato a un circuito di persone predefinito da colui che rilascia il libro.

La differenza è che l'ultimo anello della catena può liberare il libro *into the wild*.

## 5.

### Dalla parte dei giocatori

Ho intervistato numerosi partecipanti ai meetup milanesi<sup>3</sup>, ho partecipato a svariati forum sottoponendo questionari e ho preso visione di sondaggi pubblicati sul sito ufficiale e sui siti italiani di supporto.

Il background di coloro che partecipano è molto ampio, in quanto chiunque abbia una connessione a Internet e, preferibilmente, una discreta conoscenza della lingua inglese, può vivere l'esperienza del bookcrossing. La maggior parte dei giocatori è accomunata dalla passione per la lettura, ma anche dal desiderio di condividere la proprie esperienze di lettore con gli altri membri del bookcrossing.

Molti bookcrossari risultano essere esperti di informatica, programmatori, inseriti insomma nel settore delle nuove tecnologie. Chi pratica il bookcrossing possiede frequentemente un livello di istruzione medio-alto. Anche se questo non è un requisito necessario, è comunque riscontrabile nella maggior parte degli iscritti.

I libri liberati sono spesso comprati appositamente, poiché i bookcrosser non vogliono separarsi dai libri ai quali hanno attribuito un determinato valore nella loro vita. Una componente importante è costituita, quindi, da lettori forti<sup>4</sup>. Dal momento che questo potrebbe diventare, pertanto, un hobby poco economico, molte persone rilasciano libri in edizione economica. Ciò è indice di una predilezione per un apparato simbolico, aspetto rilevante rispetto all'attenzione verso il supporto materiale e, quindi, il libro come bene cartaceo.

Secondo i "puristi" della liberazione dei libri, l'unica modalità di rilascio auspicabile è l'*into the wild*, nel rispetto dello spirito originale del bookcrossing. Altri prediligono, invece, luoghi e momenti più canonici e facilmente individuabili, come le *official crossing zones* e i *meetup*. Alcuni spediscono il

---

<sup>3</sup> Queste interviste, svoltesi dal vivo, sono state effettuate nelle date del 08/06/04, 13/07/04 e 14/09/04 presso il pub Rew di Milano in Via Savona, in occasione dei *meetup* mensili.

<sup>4</sup> I forti lettori rappresentano lo zoccolo duro del mercato dell'editoria, con i loro 12 libri letti mediamente l'anno. Danno molta importanza al catalogo, alla qualità del marchio, alla valenza della collana e al progetto editoriale. Valorizzano i *long seller*, contrapponendosi ai lettori morbidi, attirati da *best seller* e *instant book*. (Cfr. Ufficio Studi AIE, *L'editoria libraria in Italia*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca di Stato, 2002)

libro munito di codice, via posta elettronica, ad un conoscente o membro della community, il quale provvederà in seguito a proseguire la catena.

In questo gioco il pubblico, soggetto attivo che seleziona i messaggi e i contenuti ed è attento alle dimensioni positive e attive della ricezione, è quindi analizzabile secondo quanto suggerito dalla teoria degli usi e gratificazioni<sup>5</sup>.

Le motivazioni che inducono i partecipanti a mettere in circolazione i libri sono svariate. Alcuni apprezzano il fattore trasgressivo di tale fenomeno e quindi la possibilità di diffondere e condividere i libri nella più assoluta libertà e al di fuori di ogni controllo e regolamentazione. Altri ritengono il bookcrossing un approccio innovativo per raggiungere persone che, altrimenti, non si sarebbero avvicinate al mondo dei libri. Da non sottovalutare la componente sociale, ovvero il desiderio di fare nuove conoscenze, e quella economica - il rincaro dei prezzi dei libri.

Le gratificazioni<sup>6</sup> ottenute rispecchiano le stesse tipologie dei bisogni e sono: ideologiche - piacere di operare per il bene della società - sociali - sentirsi parte attiva di un gruppo che condivide valori, gusti e hobby - altruistiche - consapevolezza di aver motivato a un interesse culturale altre persone - e di svago - bookcrossing come modo piacevole di passare il tempo e con il fascino del mistero e della ricerca di una caccia al tesoro sui generis. Molti sono attratti dall'aspetto eversivo di bookcrossing, ovvero l'idea dello spossessamento di un oggetto, la liberazione di un'idea dal supporto materiale che l'accompagna, la rottura dalla schiavitù del denaro. In un sondaggio promosso dal sito italiano di supporto [www.bookcrossingitalia.net](http://www.bookcrossingitalia.net), alla domanda "Cosa provi nell'abbandonare un libro?", si assiste in primo luogo a una netta spaccatura. Il 40% degli intervistati, infatti, afferma che non ha intenzione di liberare libro alcuno. L'altro versante parla di emozione (29%), paura che il libro finisca in mani sbagliate (15%), dolore (7%), piacere (6%) e disagio (3%).

Nessuno resta, dunque, indifferente al fenomeno bookcrossing.

---

<sup>5</sup> Secondo la suddetta teoria, si è di fronte ad un pubblico potente e conscio delle proprie motivazioni, un pubblico di utilizzatori e utenti. (Cfr. Jerome Bourdon, *Introduzione ai media*, Bologna, Il Mulino, 2001)

<sup>6</sup> "L'importanza che le persone attribuiscono all'autogratificazione rispetto al servizio verso gli altri è fondamentale. Le persone usano i prodotti e di servizi come mezzo di espressione di sé stessi." (Cit. Philip Kotler e Walter G. Scott, *Marketing Management*, Torino, Isedi, 1992)



## 5.a

### Nel mondo dei meetup

Ho partecipato a svariati incontri fra bookcrosser, meglio noti come *meetup*, in una *official crossing zone* di Milano, il pub *Rew*.

Il proprietario del locale, Francesco Granirei<sup>7</sup>, sottolinea come questa collaborazione con i bookcrosser milanesi e la concessione di uno spazio a loro riservato abbia in parte avvicinato al locale clienti non tradizionali, un target indubbiamente più adulto.

In una saletta al piano seminterrato ogni secondo martedì del mese, in concomitanza con i *meetup* che si svolgono contemporaneamente in tutto il globo, gli amanti del bookcrossing si radunano, scambiandosi libri, pareri e socializzando fra loro. Li ho più volte intervistati e coinvolti in questa mia ricerca attraverso la somministrazione - ad personam e sui vari siti - di questionari per capire le motivazioni che li inducessero a partecipare a tali momenti, come fossero stati informati, cosa più li colpisse dell'iter proposto dal bookcrossing. In particolare ho cercato di capire cosa li spingesse all'incontro mensile, senza limitarsi all'interazione proposta dal sito.

Oltre all'ovvio desiderio di socializzare a partire da una passione comune, oltre all'esigenza pratica di scambiarsi direttamente libri senza cercarli avventurosamente *into the wild* attraverso il *go hunting*, quello che la maggior parte mi ha fatto notare è la possibilità, nell'ambito di un *meetup*, di fruire di recensioni a voce di libri, cosa non permessa dal sito.

Questo consente la creazione di veri e propri dibattiti e confronti a partire dall'esperienza della lettura e permette, a chi magari aveva scartato dalla rosa dei propri autori preferiti una determinata firma, di scoprirla e amarla. "Si sviluppano accese discussioni su autori noti, amati da molti e detestati da altrettanti che, comunque, incentivati dal dibattito, decidono di cacciare o acquistare il determinato libro in questione." - osservano moltissimi. "In una biblioteca - mi dice una ragazza ventiduenne - cerco un libro e lo leggo ma sono solo io l'artefice della mia scelta. Partecipando a un *meetup* posso

---

<sup>7</sup> Intervista svoltasi dal vivo il 14/9/04, in occasione di un *meetup*, presso il pub *Rew* di Milano in Via Savona alle ore 19.30.

ricevere delle stimolanti mediazioni, dando una svolta ai miei consumi letterari e può succedere che legga cose che non avrei neanche preso in considerazione. A mia volta, posso influenzare scelte altrui.” Una forma di interazione mediata, quindi.

Le fonti di informazioni riguardo ai *meetup* sono in primo luogo i siti, in particolare i forum più attivi e, naturalmente, il sempre valido passaparola.

Tutti tengono a sottolineare quanto sia fondamentale la componente sociale.

“Ho creato rapporti molto solidi, amicizie profonde e il bookcrossing diventa ormai un elemento secondario quando partecipo ai *meetup*, dal momento che comunque posso praticarlo tramite Internet.” - è un'affermazione ricorrente.

E sociale è lo sfondo di molte iniziative che prendono avvio proprio a partire dai *meetup*. Un esempio è stato offerto dall'alluvione in alcune zone del Friuli<sup>8</sup> nel settembre del 2003. I bookcrosser di Milano, coordinati e supervisionati dall'infaticabile Xenia, dopo essersi resi conto dei danni apportati ai libri di molte abitazioni private, hanno pensato di dare il loro personale contributo, regalando molti libri che avevano a disposizione. Inizialmente si sono organizzate raccolte sporadiche e, grazie all'attivissima community del forum e grazie all'efficace quanto capillare passaparola, nel giro di qualche giorno camionate colme di libri sono partite alla volta delle città danneggiate. L'iniziativa ha visto la collaborazione di un'associazione di Rimini che si occupa del recupero e reinserimento di ragazze extracomunitarie, del carcere di Trieste e delle case editrici Salani, Sperling & Kupfer e Mondadori, che hanno messo a disposizione molti volumi.

Iniziativa medesima è avvenuta sempre lo scorso anno in un asilo in Germania con bambini italo-tedeschi, a cui sono pervenute decine e decine di libri offerti dal gruppo dei bookcrossari milanesi<sup>9</sup>.

Anche queste occasioni dimostrano la volontà della comunità di bookcrossari di mettersi al servizio della società nella promozione attiva della lettura, collaborando con enti e realtà culturali disperate.

---

<sup>8</sup> Ho reperito informazioni su questa iniziativa in una traccia aperta nel forum ufficiale, al link <<http://www.bookcrossing-italy.com/Bcforum/viewtopic.php?t=5320>>

<sup>9</sup> Di questi momenti ho parlato tramite mail e dal vivo il 14/09/04 alle ore 19.30 presso il pub *Rew* di Milano con Lucia Lanzoni, ideatrice del sito [www.liberliber.bookcrossing.com](http://www.liberliber.bookcrossing.com) e organizzatrice di *meetup*.

Mi rendo conto di essere di fronte a forti lettori che, come già detto, hanno la tendenza ad acquistare o ricomprare libri che desiderano liberare o che hanno letto dopo averli rinvenuti.

### 5.b

#### Con bookcrossing si legge di più

All'ultimo meetup a cui ho partecipato ho sottoposto ai 96 partecipanti un questionario con le seguenti domande<sup>10</sup>:

**a) Da quando partecipi a bookcrossing, è aumentato e di quanto il numero di libri che leggi l'anno?**

**b) Da quando partecipi a bookcrossing, è aumentata e di quanto la spesa annua per l'acquisto di libri?**

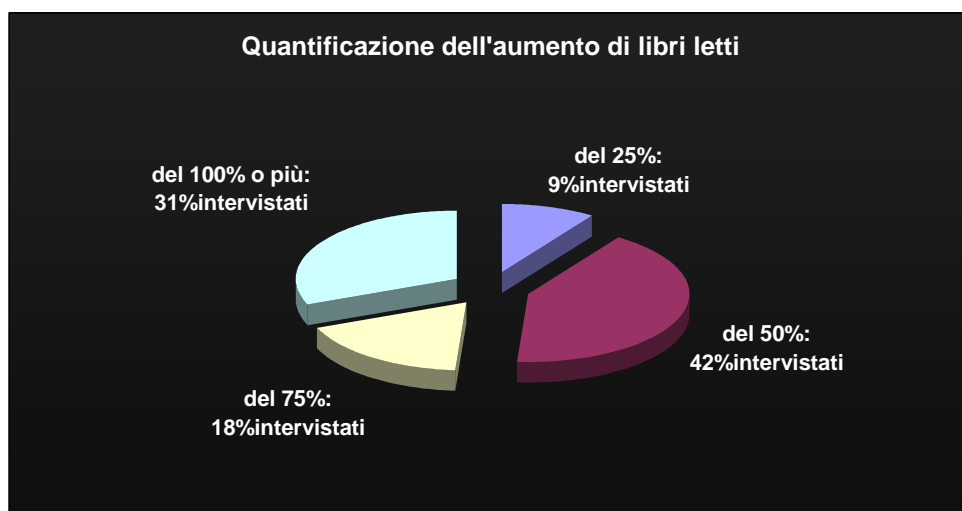
Al primo quesito la quasi totalità dei 96 intervistati risponde positivamente, quindi bookcrossing si pone come notevole occasione di promozione della lettura.



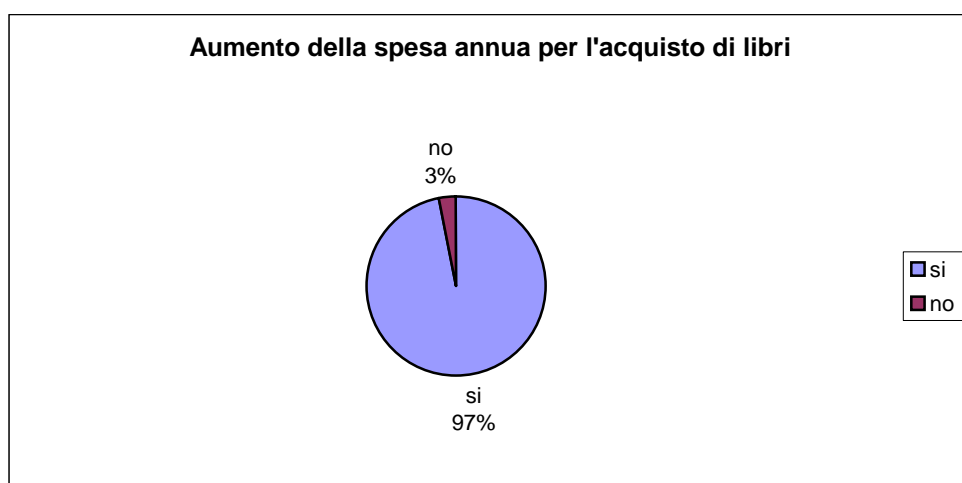
---

<sup>10</sup> La somministrazione del questionario è avvenuta presso il pub *Rew*, in data 14/09/04 alle ore 20

Analizzando la situazione noto subito un dato interessante. La totalità del campione ha le idee molto chiare riguardo i propri consumi letterari. Gli intervistati, infatti, quantificano con molta precisione il numero di libri che leggevano prima e dopo l'avvento nella loro vita di bookcrossing. Si riscontra un notevole aumento di libri letti: il 91% ne legge dal 50 % al 100% e oltre in più e non è certo un dato da sottovalutare.



Cerco ora di capire se ad un aumento di libri corrisponda effettivamente un incremento di spesa. Ho riscontrato che l'aumento c'è anche in questo caso per la quasi totalità degli intervistati e non è certo marginale.



Quantificando - e anche in questo caso le idee sono molto chiare - ben l' 83% del campione afferma di spendere dal 50% al 100% e oltre in più nella spesa annua per l'acquisto di libri.



Le conclusioni sono ovvie. Bookcrossing si pone quindi come fondamentale occasione di promozione della lettura sia per quanto riguarda i libri rilasciati o ritrovati che, ovviamente, l'utente non compra; sia nell'acquisto di nuovi libri. Non è vero, perciò, a differenza delle credenze di molti editori e librai, che bookcrossing sia uno stimolo per non comprare i libri. Anzi, ne è un incentivo all'acquisto.

Molte persone con cui ho parlato hanno tenuto a dirmi quanto sia per loro importante acquistare un libro che hanno letto dopo averlo reperito in un angolo di globo e quanto sia frequente la possibilità che un partecipante a bookcrossing, dopo avere rilasciato un libro con un certo valore affettivo, lo ricompra.

## 6.

### Una comunicazione fra tradizione e innovazione

Analizzo ora le modalità dello scambio comunicativo relativo al bookcrossing, esaminando le dinamiche sociali, i contesti di produzione e ricezione, la tipologia interrelazionale e la mediazione in questione.

Come nel passato per la stampa, il supporto è quello cartaceo del libro e, come in caffè letterari e circoli culturali di tempi passati, si cerca di condividere le emozioni derivanti dall'esperienza della lettura.

Critiche, suggerimenti, abitudini letterarie, biblioteche personali consentono un continuo scambio culturale, nei meetup o nella rete.

Ideale radicato è anche il desiderio di una cultura intesa come patrimonio comune e accessibile a tutti, senza vincoli dettati da legami sociali o frontiere spaziali; un patrimonio che deve essere gratuito e libero da ogni tipo di censura, monopolio o regolamentazione restrittiva.

Tuttavia è grazie a uno degli elementi caratterizzanti l'odierna globalizzazione, Internet, che questi presupposti si sono concretizzati. Senza Internet il bookcrossing, probabilmente, non sarebbe mai sorto e non avrebbe preso piede così compiutamente e rapidamente.

Il fascino della liberazione dei libri risiede, quindi, anche in questa conciliazione, da molti ritenuta impossibile nonché dannosa, fra canonicità e innovazione in ambito comunicativo-mediatico, in questa interazione produttiva fra il medium tradizionale libro e il mondo della rete.

Nell'analisi della comunicazione caratteristica del bookcrossing, non è sufficiente scindere il contesto della produzione da quello della ricezione del bene simbolico di partenza, il libro. Occorre, in un'ottica più complessa e variegata, prendere in considerazione il successivo contesto di diffusione del bene medesimo, ovvero la zona dove si sceglierà di liberare il libro, equivalente al contesto di ricezione di chi lo trova.

Chi decide di rilasciare un libro, agendo quindi come una sorta di produttore, cerca generalmente di adattarsi al pubblico che riceverà il flusso comunicativo, e calibra le scelte in relazione al livello socio-culturale del pubblico stesso. Ad

esempio, un saggio complesso sarà più facilmente rilasciato a bookcrossari registrati, piuttosto che liberato *into the wild*, a portata di chiunque. In questo aspetto ci si avvicina all'interazione mediata, caratterizzante i mezzi di comunicazione di massa, dove si instaura un processo comunicativo asimmetrico fra produttore, il quale non ha un immediato feedback del pubblico, e ricettore.

Diversamente da quanto avviene nelle comunicazioni di massa canoniche, nelle quali l'attribuzione di valore ai contenuti ricorre ad una valorizzazione simbolica ma anche economica, nel bookcrossing la diffusione del bene simbolico è svincolata da logiche di mercato e conseguenti mercificazioni.

Sempre nelle comunicazioni di massa si assiste, inoltre, a una riproducibilità del messaggio, fatto circolare da uno o pochi produttori in molte copie. Nel bookcrossing il produttore, coincidente in realtà con un effettivo diffusore del bene, veicola più contenuti simbolici, ciascuno diverso dall'altro.

Esaminato nel suo complesso, questo fenomeno si configura come un' interazione del tutto peculiare:

- interazione mediata virtuale (la rete, appunto), in cui il contesto spaziale - luogo di liberazione del libro - è separato, mentre il contesto temporale può essere separato (forum, e-mail, mailing list) o no (chat);
- interazione mediata reale, quella, cioè, che si crea fra chi libera il libro e chi lo trova;
- interazione faccia a faccia, la quale si svolge in un contesto di compresenza, nell'ambito dei *meetup*, all'insegna del confronto fra i partecipanti allo scambio comunicativo.

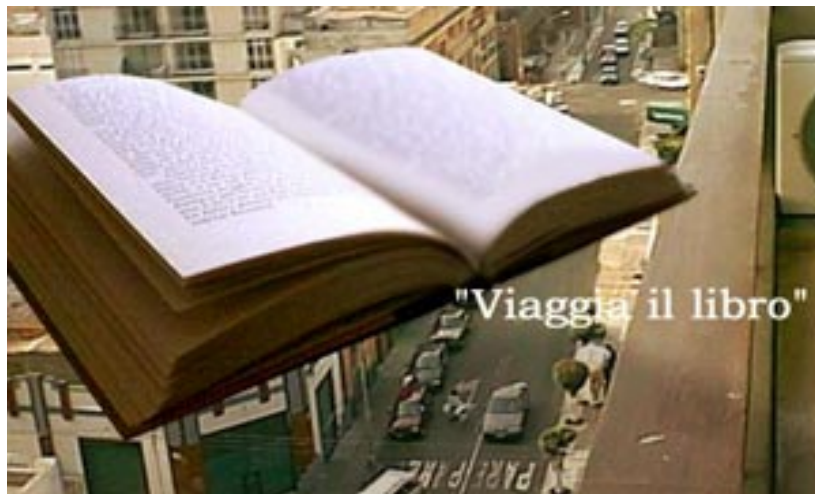
L'interazione del fenomeno in questione, nel complesso prevalentemente mediata, verte comunque sul ruolo del libro. A tal proposito la rete, attenuando la corporeità degli oggetti, consente un'astrazione totale del significato dal significante. Il navigatore, quindi, non considera il libro nella sua materialità, piuttosto come contenuto simbolico.

E nell'epoca della riproducibilità, dove molti hanno a disposizione una grande, forse superflua, quantità di beni, esperienze come il bookcrossing, ma anche gli

e-book<sup>11</sup> e le stesse edizioni economiche si configurano come svalutazione del libro in quanto oggetto-libro, a favore del suo contenuto. Nel caso specifico del bookcrossing, è come se la forma del libro quasi si annullasse: sul lettore passa un oggetto, ma ciò che egli coglie primariamente è l'idea. Non è un caso che la maggior parte dei libri rilasciati siano in edizione economica.

Il medium in questione, tuttavia, non è solo considerato un oggetto veicolante contenuti simbolici, ma anche, e soprattutto, uno strumento che consente di intessere relazioni interpersonali e stimolare il coinvolgimento del ricevente.

Ovviamente il pubblico può reagire più o meno passivamente agli stimoli ricevuti e può ignorare questo fenomeno.



---

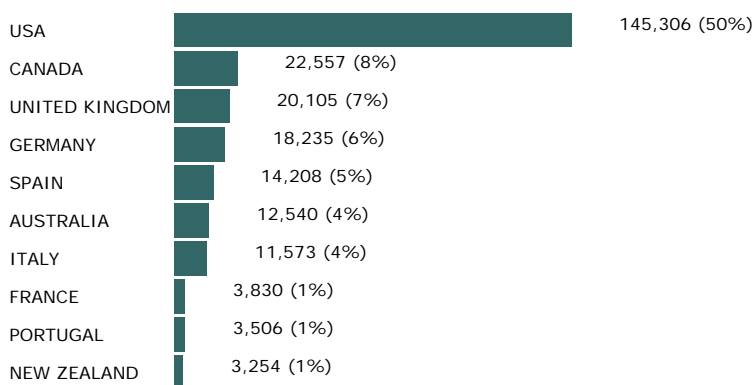
<sup>11</sup> L'e-book è un libro in formato digitale, acquistabile via Internet e scaricabile su pc con appositi software. I diritti salgono al 35-50%. I costi per l'utente sono riferibili alle licenze del software, al catalogo on line e all'archivio digitale. (Cfr. Paola Dubini, *Voltare pagina. Economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria*, Milano, ETAS, 2001)



## 7.

### E l'Italia gioca

Dall'estate 2002 l'Italia partecipa in prima linea all'avventura del bookcrossing, raggiungendo la settima posizione nella graduatoria mondiale di paesi partecipanti a bookcrossing con 11,573 partecipanti. Qui di seguito riporto la *global bookcrossing growth chart*, aggiornata al 24 settembre 2004, tratta dal sito ufficiale [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com).



L'operosità dei bookcrosser italiani è notevole. Numerosi siti per orientarsi nel mondo dell'attraversamento-libro promuovono l'iniziativa in lingua italiana (il sito ufficiale del bookcrossing è solo in inglese).

Da ricordare il sito [www.marcorinaldi.it/eurobc](http://www.marcorinaldi.it/eurobc), nelle cui pagine Marco Rinaldi ha pubblicato l'efficiente "Manuale del bookcorsaro". E ancora [www.bookcrossingitalia.cjb.net](http://www.bookcrossingitalia.cjb.net), magistralmente creato da Xenia e l'animazione Flash [www.debris.it/bookcrossing](http://www.debris.it/bookcrossing) dell'omonimo centro culturale.

I tre siti vertono su attivissime *community*, che curano e organizzano gli incontri nei *meetup*, la *mailing-list*, la *chat* e quant'altro consenta interazioni e discussioni fra i partecipanti.

Queste siti, mappe concettuali rivolte in particolare a visitatori poco *english-friendly*, si configurano come una rete di supporti non ufficiali e ruotano, comunque, intorno a [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com).

Due sono in Italia le formule alternative, a partire dal medesimo concept di liberazione del libro.

Passalibro di RadioTre (che segna il passaggio dal medium computer a quello radiofonico, utilizzato, quindi, per l'interazione degli utenti) e Libri Liberi di Marco Calvo, [www.liberliber.it/progetti/libriliberi](http://www.liberliber.it/progetti/libriliberi).

Ho notato, complessivamente, come in Italia si viva l'esperienza del bookcrossing meno rigidamente rispetto, ad esempio, agli States. Mi spiego meglio. Negli Usa l'utente è molto attento a rispettare le regole del gioco, le istruzioni proposte sul sito. Si è meno propensi - a differenza del nostro Paese - alla non ufficialità, alla riproposizione in altri ambiti e con altri soggetti dell'idea della liberazione dei libri.

La realtà italiana è quindi meno radicata rispetto alla situazione oltreoceano, ma notevolmente più variegata e creativa al suo interno.

## 7.a

### Fahrenheit e Caccia al libro

*Fahrenheit*, il programma quotidiano di Radio3 in onda dalle 15 alle 18, ha lanciato ulteriormente l'iniziativa del bookcrossing in Italia. Il 6 settembre 2002 è partito il primo bookcrossing radiofonico da Mantova nel corso del Festivaletteratura. L'iniziativa prosegue ormai in tutte le città dove ci siano ascoltatori disposti a far circolare per il mondo un proprio libro, come un messaggio nella bottiglia. *Fahrenheit* si collega telefonicamente, dal lunedì al venerdì alle 15:15, con coloro che mandano il proprio volume in viaggio: per questo è importante segnalare in anticipo la propria disponibilità attraverso il modulo delle segnalazioni, lasciando un recapito telefonico per essere contattati dalla redazione.

*Fahrenheit* segue via radio e via e-mail le tappe di ognuno dei libri che sono stati lasciati liberi.

**PassaLibro**  *il primo Bookcrossing italiano*

**QUESTO NON E' UN LIBRO ABBANDONATO,  
MA UN LIBRO CHE CERCA LETTORI**

CHI LO TROVA, LO LEGGA E LO FACCI  
CIRCOLARE, E NE DIA NOTIZIA A **FAHRENHEIT**,  
**RAI RADIO 3**, 06 3244958 oppure [www.fahrenheit.rai.it](http://www.fahrenheit.rai.it)



La Caccia al libro, la più longeva delle rubriche di *Fahrenheit*, ha invece come scopo trovare libri fuori catalogo, i cosiddetti libri cacciati. Ogni giorno, grazie alla generosità di persone che per condividere il piacere della lettura decidono di regalare un libro, questa rubrica ritrova uno dei libri cacciati.

## 7.b

### La lettura come piacere collettivo

“Fahrenheit - mi racconta Marino Sinibaldi<sup>12</sup>, uno degli storici conduttori della trasmissione di Radio Rai Tre, è nato nel 1996 come esperimento e si è subito rivelato una scommessa vincente. Al Festivaletteratura di Mantova di quell'anno ho liberato insieme a Susanna Tamaro “Fahrenheit 451” di Ray Bradbury ed è cominciato l'appassionante viaggio di questo libro.

“Caccia al libro”, dal suo esordio, ha recuperato oltre 200 libri ‘scomparsi’, fuori catalogo, non reperibili in librerie o biblioteche, ed ha, quindi, assunto una notevole valenza culturale. Si parla tanto di calo di lettori, di giovani stregati da altri media e disabituati fin dall'infanzia all'esperienza della lettura. Penso sia vero, ma il dato rilevante è piuttosto un altro. Lo zoccolo duro di lettori, i forti lettori, vivono diversamente dal passato l'esperienza della lettura, in modo più consapevole, partecipato, attivo e propositivo.”

Il flusso comunicativo non è più monodirezionale, dal libro al lettore. Si cerca il confronto, lo scambio, la convivenza di più punti di vista e un'esperienza come bookcrossing testimonia questa maturazione.

“Già da tempo, anche a livello radiofonico, gli ascoltatori manifestavano una crescente volontà partecipativa che, anche grazie a Caccia al libro, siamo riusciti a concretizzare con grande successo. L'esperienza del programma ha fatto emergere notevoli considerazioni, prima solo ipotizzabili. La lettura è ormai un fatto collettivo e partecipativo, con valenze psico-sociali, e ha superato la dimensione individuale sviluppatasi in passato. Prova ne è che il passaparola è attualmente uno dei fattori primari del successo di un libro. È ormai radicata una identità collettiva dei lettori che, non avendo spazi su cui esprimersi nei grandi media quali tv e periodici di massa, si attivano per rivendicare la loro presenza attiva. Ecco quindi l'intensa partecipazione a forum, a siti ed a iniziative quali bookcrossing, reading o festival letterari. Comune è pertanto un desiderio di un flusso comunicativo mediato e interattivo, fenomeno riscontrabile tanto nella

---

<sup>12</sup> Intervista telefonica del 08/09/04 alle ore 18.30, dopo contatti via mail il 04/09/04

lettura quanto nell'ascolto radiofonico. L'ascoltatore vuole costantemente compiere un processo di partecipazione ma anche di costruzione del senso e della notizia. Dal mio punto di vista l'immagine che l'editoria tradizionale ha del lettore medio è decisamente stereotipata: una persona che acquista un libro, lo legge e lo dimentica. Ciò non è più valido e risulta poco flessibile e adattabile all'importante mutamento in corso negli ultimi anni nelle modalità di lettura come fatto collettivo e all'insegna dell'interattività. Sembra quasi che l'editoria consideri molto basso il ciclo di vita di un libro, senza ipotizzare la possibilità che questo venga riscoperto, riproposto in altri contesti differenti da quelli in cui si era diffuso e possa vivere una seconda giovinezza. Bookcrossing dimostra che anche un libro dimenticato può tornare in auge”.

Provocatoriamente domando a Marino come mai nessun addetto ai lavori abbia mai pensato di donare al mondo, magari attraverso i canali del Bookcrossing, le migliaia di copie di libri relegate in magazzini e destinate al macero. La sua risata è molto eloquente.

## 7.c LibriLiberi

Il progetto "LibriLiberi" consiste nella liberazione dei libri su modello del bookcrossing.

L'obiettivo è farli evadere dalle librerie, dai magazzini delle case editrici, dalle biblioteche abbandonate, e farli circolare in stazioni dei treni, aeroporti, aree di servizio, insomma in tutti i luoghi pubblici, nella speranza che si imbattano in un lettore che li adotti e poi, dopo averli letti, li faccia di nuovo circolare, o anche li tenga per sé ma sostituendoli con altri libri.

Il sito di riferimento è [www.liberliber.it](http://www.liberliber.it).

I "LibriLiberi" si riconoscono grazie a questa etichetta :



questo libro non è stato perso, ma è stato liberato: dopo averlo letto, lascialo libero in un qualsiasi luogo pubblico (una stazione dei treni, un aeroporto, una fermata dell'autobus... ). Oppure, se preferisci tenerlo, libera al suo posto un altro libro a tua scelta.

## 8.

### Le fonti di entrata

Bookcrossing è un sito gratuito e non prevede sottoscrizioni obbligatorie. Esistono, al momento, alcune forme di autofinanziamento<sup>13</sup>:

- la vendita, attraverso il sito, di gadgets e merchandising vario (t-shirts, borse, penne con il logo ufficiale);
- le *click-through commissions*, derivanti dalle vendite dei libri effettuate tramite link dal sito del bookcrossing verso i principali *e-book stores* (Amazon.com, powell.com, audiobookclub.com) e altri negozi online specializzati nella vendita di prodotti collaterali (peapod.com - grocery - e inkjetbroker.com - stampanti -);
- le donazioni, totalmente facoltative, dei singoli membri, che possono essere effettuate tramite Amazon.

Sono inoltre attive altre forme di autofinanziamento, fra cui:

- la vendita diretta attraverso il sito del materiale necessario per bookcrossare: etichette, adesivi, segnalibri;
- la costituzione di programmi per le scuole, con l'affiancamento di un sito dedicato esclusivamente ai bambini;
- l'affiliazione con aziende sponsor che condividano la mission del sito e forniscano prodotti e/o servizi di supporto.

Si sta inoltre pensando a forme di promozione non intrusive relative alla mission di promozione della lettura.

---

<sup>13</sup> Le informazioni sono ricavate dal sito ufficiale, [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com)

## 9.

### Bookcrossing come strumento di promozione

Secondo il fondatore, Ron Hornbacker, il bookcrossing non è un ipotetico fattore di riduzione del mercato dei libri, ma anzi ne incentiva la vendita. Il fenomeno in questione rappresenta indubbiamente una provocazione sulla gratuità della cultura, ma non dovrebbe essere di ostacolo per gli editori. In primo luogo perché la percentuale di chi legge la recensione sul sito e, magari, è motivato ad acquistare un determinato libro, è assai maggiore rispetto a chi entra in possesso casualmente di un libro liberato e lo legge gratuitamente.

Inoltre capita sovente che gli amanti del libro acquistino più di una copia, per conservarne una e liberare le altre. Contrariamente alle altre idee rivoluzionarie della rete (si vedano Napster e gli mp3), bookcrossing non viola alcun copyright editoriale e mantiene relazioni positive con molte delle case editrici statunitensi, come Random House e HarperCollins.

L'utenza è costituita, in gran parte, da forti lettori e, quindi, il sito rappresenta una preziosa vetrina per favorire il lancio di un libro attraverso le semplici ma efficaci recensioni dei partecipanti o degli autori nonché editori stessi. Bookcrossing, in quest'ottica, gestisce una serie di progetti per aiutare editori ed autori nella promozione dei libri. Tra i tanti si cita il programma Affiliati. Così sono definiti tutti i gestori di un bookstore di qualunque dimensione che decidono di diventare partners del sito. L'Affiliato è invitato a registrare il maggior numero possibile di libri e riceve una menzione gratuita del proprio negozio, ogni volta che effettua una nuova registrazione. La libreria, per incrementare ulteriormente la propria visibilità, può diventare *official crossing zone*, esponendo le locandine di riconoscimento. Il sito del bookcrossing consente anche di dare spazio a testi che non seguono le logiche di mercato, e che non sono prodotti dalle maggiori case editrici. E' questo il caso di autori poco conosciuti dal grande pubblico, ma che trovano spazio nel sito.

Il bookcrossing si pone, nel complesso, come un tipo di promozione *bottom up*: è il popolo dei lettori che, dal basso, ne gestisce le direttive.



## 10.

### Bookcrossing e case editrici

Per una casa editrice operare nel nuovo scenario determinato dai processi di convergenza fra l'industria dei media, delle telecomunicazioni e dell'informatica non significa soltanto tenere conto delle innovazioni introdotte nei tradizionali prodotti editoriali. Significa soprattutto capire il modo in cui lo sviluppo delle nuove tecnologie digitali potrà aggiungere valore all'attività e al patrimonio editoriale della casa editrice.

Le tecnologie di connettività<sup>14</sup> elevano al rango di promozione della lettura il passaparola come elemento di primaria importanza e, quindi, anche all'interno della filiera del libro, occorre ripensare alla relazione con il cliente. Ciò significa che l'obiettivo delle politiche di promozione e di pubblicità è la costruzione di una relazione di fiducia fra la casa editrice e il lettore o l'acquirente.

Bookcrossing, in un mercato all'insegna della forte stagionalità, rappresenta una modalità per la riscoperta di libri già accantonati e per la valorizzazione di cataloghi e long seller.

Le esperienze che ho analizzato si pongono come input per un'istituzionalizzazione del passaparola medesimo e di promozioni di tipo *bottom up*, che partano e siano gestite dal popolo stesso di lettori, con particolare riferimento alle comunità che, nel caso di bookcrossing, uniscono forti lettori.

Raggruppamenti di individui, questi, che, proprio perché già coesi al loro interno e fortemente motivati, hanno grande potenziale in un'ottica di promozione attiva della lettura, con ovvie e positive ricadute economiche; un'élite di forti lettori fulcro di queste campagne promozionali e a sua volta animatrice di momenti divulgativi, ricreativi e commerciali che diffondano l'esperienza del leggere.

---

<sup>14</sup> Cfr. Dubini, *op. cit.*, cap. IV

## 10.a

### “La partita spagnola” di Alessandro Baricco

Nel marzo dello scorso anno Max Giovagnoli<sup>15</sup> (ufficio stampa e redattore della casa editrice Dino Audino di Roma) ha proposto un lancio più “anarchico”, rispetto alle tradizionali campagne promozionali, per “La partita spagnola” di Baricco, sceneggiatura scritta qualche anno prima per un film mai realizzato. Non si è scelta, quindi, l’ultima fatica dell’autore, bensì un lavoro non recente.

Venti giorni prima dell’uscita in libreria si sono perciò inviate una ventina di copie non allestite<sup>16</sup> del libro a fidati bookcrosser, di cui sei a Roma e le altre a Milano, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Palermo.

L’obiettivo prefisso era di creare il più possibile una community verticale, ovvero un gruppo di internauti associati tra loro esclusivamente in base a caratteristiche e interessi personali e non - come in quella orizzontale - associati secondo parametri anagrafici o sociologici<sup>17</sup>.

L’intento è stato raggiunto in pieno, in particolare si è riscontrato un ottimo e immediato feedback del sito - ufficioso - di Baricco, con fan che chiedevano di essere “nominati” capi bookcrosser nelle loro regioni di provenienza.

Dopo venti giorni di viaggio, il libro è uscito in libreria, con una certa attenzione mediatica, anche per l’insolito iter promozionale del libro. Alcuni editori hanno polemizzato per questo sodalizio con i bookcrosser, polemica a cui hanno subito fatto fronte molti interventi dei corsari del libro<sup>18</sup>.

---

<sup>15</sup> Intervista telefonica del 18/04/04 alle ore 17, dopo contatti tramite e-mail il 15/04/04

<sup>16</sup> Per copia non allestita si intende un libro privo di copertina, retrocopertina e dorso, costituito semplicemente dalle pagine rilegate in modo più artigianale

<sup>17</sup> Cfr, Max Giovagnoli, *Scrivere il web*, Roma, Dino Audino, 2002

<sup>18</sup> Questi interventi sono reperibili in una traccia aperta nel forum ufficiale, al link <<http://www.bookcrossing-italy.com/Bcforum/viewtopic.php?t=1290&highlight=audino>>

## 10.b

### Il “Primo parallelo” della Meridiano Zero

I redattori della Meridiano Zero, casa editrice padovana specializzata in libri noir, in occasione del lancio di una nuova collana “Primo Parallelo”, dedicata alla narrativa contemporanea, hanno lanciato un’iniziativa di bookcrossing con i loro libri. Dieci copie di “Nuda” e dieci copie de “L’Incubo Arabo” di Michail Komonv sono state nascoste o, per meglio dire, lasciate in libertà nei pressi della stazione ferroviaria di Padova. Un’intelligente trovata di marketing? Non solo.

Marco Lanzarini<sup>19</sup>, redattore della Meridiano Zero, sottolinea come tale scelta non si sia sviluppata solo a partire da obiettivi pubblicitari. “In realtà la nascita di questa iniziativa è legata a circostanze casuali e indipendenti da logiche di mercato. Mi ricordo che abbiamo iniziato a discuterne una sera di novembre, alla fine di una giornata di lavoro. Parlando un po’ delle cose che avevamo letto ci trovammo ad analizzare questo fenomeno che negli States era diffuso ed era già qualcosa di consistente. Così, più per prova e divertimento nostro che per altre considerazioni, lasciammo in giro alcuni libri. Dopo qualche giorno ci arrivò una telefonata dalla Francia, di un ragazzo italiano, che aveva trovato uno dei libri liberati, l’aveva apprezzato notevolmente e voleva rimmetterlo in circolazione. E’ stato emozionante ed illuminante.” - racconta divertito Marco.

E l’idea è stata premiata. Con un’azione limitata è stato infatti possibile raggiungere luoghi anche geograficamente lontani.

Uno degli obiettivi dichiarati era proprio quello di raggiungere lettori nuovi che magari non avrebbero acquistato altrimenti i libri della casa editrice.

L’iniziativa ha inoltre permesso di raggiungere lettori che per motivi geografici o economici erano irraggiungibili. Zone, ad esempio, dove i libri della Meridiano Zero non erano distribuiti. “L’esperienza del bookcrossing ha avuto un senso nell’ambito di una strategia editoriale più ampia - sottolinea Marco. Si dice che in Italia si legga poco e che i lettori siano sensibilmente in calo. Credo che

---

<sup>19</sup> Intervista telefonica del 20/05/04 alle ore 15, dopo contatti via mail il 15/05/04

questa iniziativa, se peraltro verrà condivisa anche da altri editori, potrà contribuire ad un allargamento dei potenziali lettori”.

Da considerare il costo pressoché nullo dell’iniziativa.

Per quanto riguarda i bookcrosser, c’era il timore che potessero ritenere questo lancio un’idea meramente commerciale, ma non è stato così. Hanno subito compreso lo spirito innovatore con cui la Meridiano Zero ha lavorato e i commenti sui forum ufficiali e non sono stati lusinghieri.

## 11.

### Bookcrossing e localismi

E' sempre più diffuso il concetto di glocalizzazione<sup>20</sup>. Una globalizzazione, cioè, che riesca anche a conciliare e valorizzare le realtà locali, senza necessariamente omologarle a standard prestabiliti.

Un'esperienza come la lettura dovrebbe a mio avviso essere uno dei cardini del processo culturale in questione.

A tal proposito bookcrossing è un'esemplificazione della suddetta tendenza, in quanto riesce a internazionalizzare il confronto culturale a partire dal medium del libro, ma, nel contempo, può tutelare e promuovere anche le culture locali. Salvaguardia ulteriormente agevolata dalla spinta politica di amministrazioni comunali o regionali che si fanno promotrici di iniziative ricalcanti il modello del bookcrossing.

La promozione della lettura è il primo obiettivo di queste iniziative, a cui si lega inoltre la promozione del senso civico, della libertà della lettura, della partecipazione personale, della rottura dell'individualismo in favore dei contatti interpersonali. Si chiede di condividere un'emozione, un sogno, un'aspirazione, un piacere con gli altri. Nel complesso sono favoriti incontri a distanza o effettivi tra le persone a partire dalla lettura. Il cittadino ha così la possibilità di incontrare il libro in luoghi normalmente non dediti alla lettura.

Nelle mie ricerche telematiche ho scoperto davvero molte iniziative. Ho scelto di descriverne un paio, che reputo particolarmente originali e significative e di cui ho parlato direttamente con i rispettivi organizzatori.

---

<sup>20</sup> Per glocalizzazione si intende l'approfondimento simultaneo delle due dimensioni globale e locale, in ambito comunicativo-mediatico. (Cfr. Bourdon, *op. cit.*, p. 49)

## 11.a Lo Scaffale del libero scambio a Firenze

Lo Scaffale del libero scambio<sup>21</sup> nasce nel 1997 in una biblioteca di quartiere del comune di Firenze, la Biblioteca del Giardino dell'Orticoltura. Lo scopo prefisso dall'Assessorato alla Cultura è duplice:

- dare una seconda vita a libri donati alla biblioteca da lettori affezionati e non inseriti nel patrimonio della biblioteca, in quanto già posseduti o non coerenti con le raccolte;

- avvicinare alla Biblioteca cittadini che normalmente non ne usufruiscono con un'offerta di lettura priva di tutte le norme che regolano il prestito (pur semplificate richiedono sempre un'iscrizione, con declinazione delle generalità, residenza, professione ...). Un'offerta di lettura situata sullo scaffale d'ingresso, un luogo fuori da ogni tipo di controllo ordinario del personale della biblioteca che non ostacoli l'accesso a persone che vogliano un libro senza dover effettuare alcuna operazione.

A ottobre 2002 si fanno sentire i primi echi dei successi del bookcrossing americano e del Passalibro promosso da Rai-Radio 3 e si diffonde l'idea che si possa ripensare a una nuova edizione dello Scaffale del libero scambio. Viene formulata allora l'idea di questo nuovo gioco, a cura di Luca Brogioni<sup>22</sup>, funzionario responsabile del coordinamento del sistema bibliotecario. L'Amministrazione avrebbe acquistato e messo a disposizione un fondo librario in alcuni punti fissi della città: Palazzo Vecchio, sede dell'Amministrazione medesima, e i Mercati del centro storico di San Lorenzo e di Sant' Ambrogio. I libri sarebbero stati contrassegnati da un adesivo indicante la proprietà di tutti i cittadini e l'invito a scambiarli, portarli nei luoghi di lavoro, moltiplicare i libri in circolazione con il proprio libro preferito. Il 17 Dicembre 2002 lo Scaffale del libero scambio viene inaugurato a Palazzo Vecchio. Il giorno dopo, il 18 dicembre

---

<sup>21</sup> Cfr. <[www.comune.fi.it/scaffale](http://www.comune.fi.it/scaffale)>

<sup>22</sup> Intervista telefonica del 10/06/04 alle ore 16, dopo contatti tramite e-mail il 06/06/04

2002, vengono attivati altri due Scaffali del libero scambio, chiamati anche più brevemente Totem, uno nel mercato di Sant’Ambrogio e uno nel mercato di San Lorenzo. I tremila libri messi a disposizione vanno a ruba, i lettori sono entusiasti e sommergono di e-mail il sito del Comune. Visto il successo, tra i cittadini e sulla stampa locale, il Comune di Firenze, in collaborazione con la libreria “Leggere per” e la sua filiale parigina “Leggere per 2”, decide di esportare l’idea dello Scaffale in Francia, all’edizione del Salon du Livre di Parigi del marzo 2003. Grande successo di pubblico e di media e prima installazione in Francia di una postazione fissa di Passe-Livre, donata da Firenze, alla libreria “Leggere per 2”, nel Marais. Questo stimola il sindaco del quartiere parigino del Marais, Dominique Bertinotti, a immaginare una più larga diffusione del Passe-Livre nella città di Parigi. L’iniziativa ha successo e con i libri raccolti a fine gennaio 2004 vengono aperti a Parigi sette Scaffali o Totem: dall’ospedale ad un ufficio postale.

## 11.b Quando il libraio diventa ideatore di eventi bookcrossing

Gennaro Capuano è il titolare della suddetta libreria “Leggere per” di Firenze, nonché ideatore del Passe-Livre parigino attraverso la filiale “Leggere per 2”. L’intervista è d’obbligo<sup>23</sup>. Alla domanda sui risultati, anche sul versante economico, dei momenti di bookcrossing da lui ideati, scinde subito il discorso in due ambiti distinti: il punto di vista del libraio e quello del promotore dell’iniziativa.

“Come libraio ho subito riscontrato, dopo l’installazione del Totem nella mia libreria di Firenze, un indubbio aumento del flusso di persone a cui è corrisposto un ritorno di immagine. Fattori, questi, che hanno senz’altro influito positivamente sul piano del fatturato”.

Questa prima analisi è da riferirsi allo Scaffale del Libro, iniziativa organizzata in primo luogo dal Comune di Firenze e che ha visto solo una collaborazione di Capuano, ideatore attivo, invece, di Passe Livre, di cui mi accingo a parlare. “Come organizzatore sono fiero di avere creato un evento. Ho provveduto quindi a proporre e vendere il pacchetto dell’iniziativa - sito, Totem, etichette e merchandising - a referenti, quali strutture pubbliche.”

Obiettivo primario era il tentativo di superare la struttura a suo avviso troppo rigida del sito americano. Si è in tal modo attuata una fruttuosa sinergia fra pubblico e privato, enti e associazioni variegati.

“Le ritrosie iniziali - mi racconta Capuano - per quanto riguarda gli enti pubblici sono state dettate dalla scarsa conoscenza del fenomeno bookcrossing e di cosa effettivamente rappresentasse. In un’ottica di promozione della lettura, al di fuori di ambiti commerciali, erano individuate come referenti unicamente le biblioteche”.

Mi faccio elencare più dettagliatamente quali realtà siano state da lui coinvolte in questa interessante esperienza. Innanzi tutto la filiale parigina della libreria di Firenze, ‘Leggere per 2’, la clinica “Il Policlinico” di Napoli, nell’ambito di

---

<sup>23</sup> Interviste telefoniche del 11/09/04 alle ore 11.00 e del 12/09/04 alle ore 11.00 dopo contatti tramite e-mail il 3-4-5/09/04



iniziative volte a rendere più umana la degenza dei pazienti, l'associazione culturale della città di Angers in Francia, il "Brouillon des lectures" e il Comune di Parigi, nella figura del sindaco del quarto arrondissement, noto come Marais, Dominique Bertinotti.

"Nella Tarn, regione della Francia, le città di Albi, Castres, Mazamet e Grand Rodez si sono attivate per una grossa operazione Passe-Livre, che partirà da metà ottobre".

Insomma un'unione di forze, eterogenee ma compatibili, che ha dato notevoli frutti.

## 11.c

### Il bookcrossing a Borgomanero si fa al bar

“Vid’o libro quant’è bello” : è lo slogan, e non ha bisogno di traduzione, con cui i ragazzi della quinta B del Liceo Europeo Don Bosco a Borgomanero hanno dato vita in provincia di Novara al primo esperimento di bookcrossing.

I giovani hanno portato una serie di libri al bar, lasciandoli in vista su un tavolino con sopra l’indicazione dell’iniziativa, ed hanno invitato chi passava a sfogliare i volumi, a portarseli a casa per leggerli e arricchire la dotazione con altri libri. L’importante era che i volumi passassero di mano in mano, circolassero fra la gente, moltiplicassero i lettori e l’interesse per la lettura. A seguire gli studenti è stato il professor Mario Ceratti<sup>24</sup>, insegnante di italiano, che i libri li ha nel Dna: è stato lui stesso titolare di una libreria e ai suoi studenti ha trasmesso la passione per la lettura.

“Nel progetto hanno creduto i ragazzi - racconta - e sono stati loro a darsi da fare perché l’iniziativa prendesse piede e si concretizzasse”. L’iniziativa ha avuto un padrino d’eccezione, lo scrittore Sebastiano Vassalli: “Sono un po’ scettico sulle iniziative di promozione della lettura - ha detto lo scrittore in occasione dell’inaugurazione - perché sono dell’avviso che ognuno ci debba arrivare attraverso una propria strada. Però sono felicissimo di questa iniziativa, dimostra un’attenzione tutta particolare di alcuni giovani per il mondo del libro”.

Sul tavolino dei libri è stato collocato il cartello indicatore con l’invito ad avvicinarsi senza timore alla lettura, a sfogliare i volumi, a portarli a casa. “Abbiamo messo dei libri tascabili, tutti di narrativa, da Lucarelli a Stefano Benni - dice Ceratti - con la speranza che chi entrasse nei bar si incuriosisse e arricchisse la dotazione. Ho già trovato gente che ha preannunciato di portare i propri volumi per contribuire all’iniziativa: mi sembra un ottimo segnale d’inizio”.

---

<sup>24</sup> Intervista telefonica del 02/07/04 alle ore 19.30, dopo contatti tramite e-mail il 28/06/04

## 12.

### L'etica del dono

Un'interessante chiave di lettura del fenomeno in questione potrebbe essere rappresentata dall'analisi etnografica compiuta da Marcel Mauss nel suo "Essay sur le don" - "Saggio sul dono" -, in cui egli pone lo sguardo su fenomeni di carattere economico che pongono in relazione individui e gruppi secondo forme di reciprocità. Egli esamina il "carattere volontario e apparentemente libero e gratuito e tuttavia obbligato e interessato di queste prestazioni"<sup>25</sup>.

Tre sono le regole alla base del concetto sociale di dono - l'obbligo di dare, di ricevere e di ricambiare - ed è attraverso queste modalità che si struttura il principio della reciprocità. Mauss, inoltre, riconduce il principio di reciprocità ad una "qualità intrinseca agli oggetti scambiati, una qualità che li assimila alla persona che li ha posseduti e che permane in essi anche dopo il passaggio nelle mani di un altro individuo"<sup>26</sup>. Sembra di sentir parlare un bookcrosaro, secondo il quale donare un libro equivale a regalare una parte di sé e ad instaurare un *do ut des* sul piano sociale ed emotivo. La mancata restituzione degli oggetti donati produrrebbe l'interruzione dello scambio che si tradurrebbe a sua volta in un danno - almeno sul piano morale nel caso di bookcrossing - per il trasgressore della regola.

Il fenomeno del dono rappresenta per Mauss un "commercio di ordine nobile"<sup>27</sup> per stabilire "pacifiche relazioni"<sup>28</sup> e allo scopo di conquistare "prestigio"<sup>29</sup>. Anche in questo caso molti bookcrosser riscontrano quanto sia fondamentale la componente sociale dell'iniziativa e quanto attraverso il bookcrossing acquisiscano prestigio culturale, in primo luogo incrementando i propri consumi letterari e anche nell'ambito della promozione attiva della lettura.

Lo scambio e la reciprocità sono quindi promossi al rango di motore sociale per eccellenza. Inoltre la situazione di mercato descritta da Mauss si pone

---

<sup>25</sup> Cit. Ugo Fabietti, *Storia dell'antropologia*, Bologna, Zanichelli, 1991, p. 84

<sup>26</sup> *ibidem*

<sup>27</sup> *ivi*, p. 85

<sup>28</sup> *ibidem*

<sup>29</sup> *ibidem*

paradossalmente come un “mercato senza mercanti”<sup>30</sup>, cosa riscontrabile nell’iter proposto dal bookcrossing e in cui risiede a mio avviso il suo grande potenziale suggestivo. Un mercato senza mercanti, in conclusione, in cui i beni circolano non secondo le leggi del mercato, bensì attraverso un meccanismo di doni e contro-doni.

---

<sup>30</sup> *ibidem*

### 13.

#### Il bookcrossing che parla

Lo staff di Anadema, rinomato parrucchiere nel centro di Milano ogni anno pubblica un libro autoprodotta. L'ultimo lavoro è "Anadema, le teste pensanti", incentrato sul tema del bookcrossing. Ho scelto di concludere questo viaggio nel mondo dell'attraversamento-libri consigliando vivamente la lettura di questo lavoro, che permette di comprendere a pieno le potenzialità sociali veicolate appunto da bookcrossing. Il libro in questione - mi racconta l'ideatore Gianluca Veltri<sup>31</sup> - non è una raccolta di storie, ma un unico racconto realizzato da quattordici autori differenti, ognuno dei quali si è occupato di un capitolo, conservando il proprio stile pur rispettando le vicende narrate precedentemente. Il protagonista assoluto - nonché il punto di vista narrativo adottato - è bookcrossing, che vaga di luogo in luogo, di mano in mano, raccontando ciò che lo circonda: "un seminatore di parole e, se non di coincidenze, almeno di miracoli"<sup>32</sup>.

I quattordici luoghi corrispondono ad altrettante zone in cui il libro è liberato, rigorosamente a Milano. Il lettore vaga quindi fra vie e vicoli abitati da storie e persone unite dall'esperienza della lettura, più o meno casualmente; un percorso in una città vista con gli occhi di un libro, toccata dalle sue pagine; un viaggio fra San Vittore, Cadorna, Parco Sempione, il Duomo, la Fiera e altre oasi di memoria: un filo sottile che lega persone a luoghi, libri a emozioni.

---

<sup>31</sup> Intervista dal vivo del 15/09/04 alle ore 12.00 presso il parrucchiere Anadema, in Corso Lodi a Milano

<sup>32</sup> Cit. Anadema, introduzione a *Anadema, le teste pensanti*, Milano, Staff di Anadema, 2004

## 14.

### Conclusioni

“Non siamo convinti che l’arrivo di altri media distraiga dalla lettura, anzi siamo certi che la incoraggi. Vorremmo che il mondo del libro mantenesse una sua centralità, si riconfermasse come il più importante bacino della creatività, dando a tutti gli altri media gli aiuti e i supporti necessari, in uno spirito di collaborazione, ma senza esserne schiacciato sul piano normativo, industriale e finanziario”<sup>33</sup>.

È dalle parole di Ferruccio de Bortoli, vice presidente dell’Aie - Associazione Italiana Editori - pronunciate nell’ambito degli ultimi Stati Generali dell’editoria - il 14 e 15 settembre a Roma - che parto per alcune riflessioni in conclusione di questo mio lavoro appassionato.

Bookcrossing si pone come esempio di sinergia fra media differenti - il libro e il computer - che verte proprio sull’esperienza della lettura, intesa non più come momento di fruizione individuale, ma come piacere collettivo.

Oggi più che mai lo scenario culturale si affida in modo articolato a una pluralità di occasioni e ambienti di apprendimento che sono al tempo stesso occasioni di consumo individuale e collettivo e di commistione di iniziativa economica privata e pubblica. Come ha evidenziato Stefano Mauri, vice presidente del gruppo di varia dell’Aie, l’incrocio tra cultura e mercato è una leva potentissima per destare la domanda di lettura degli Italiani.

Ho dimostrato ampiamente come bookcrossing possa essere, oltre a una validissima forma promozionale, anche un’opportunità di business, sia a livello di soggetti privati, sia a livello di amministrazioni locali, in piena ottica di glocalizzazione.

Basti pensare, oltre a bookcrossing, ai 220.000 visitatori dell’ultima fiera del libro a Torino, ai 40.000 lettori che a Mantova hanno pagato per incontrare il loro autore preferito, al tutto esaurito delle letture dantesche a Milano e al continuo

---

<sup>33</sup> Cit. <[www.aie.it/statigenerali/contatti.asp](http://www.aie.it/statigenerali/contatti.asp)>

diffondersi di iniziative all'insegna del confronto diretto fra autore - più o meno noto - e comunità di lettori.

Nel nostro Paese chi legge un libro al mese non sono più di 2,9 milioni di persone, pari al 5,3% dei 55 milioni di Italiani con più di 6 anni di età<sup>34</sup>. Sono queste poche persone - i forti lettori - che rappresentano lo zoccolo duro del mercato del libro, animando fiere e festival, producendo un rilevante indotto turistico culturale, tenendo in piedi il tessuto delle librerie, consentendo a piccola e media editoria di proporre nuovi autori e letterature.

Il principale strumento, considerato dall'Aie, capace di dare base strutturale a qualunque attività di promozione della lettura, è lo sviluppo di un moderno ed efficiente sistema di biblioteche di pubblica lettura e di punti di prestito.

Condivisibile ma, dal mio punto di vista, integrabile con un iter partecipato, innovativo e intermediatico suggerito dal bookcrossing, che rende ulteriormente attiva e consapevole l'élite sopradescritta. Mi domando perché non attuare momenti di bookcrossing in questi spazi canonici (biblioteche, librerie, mediateche, scuole) individuati dall'Aie: sicuramente un risparmio a livello economico e la possibilità concreta di conferire nuova linfa alle tradizionali politiche promozionali.

Bookcrossing rientra a pieno titolo in un ambito di tecnologia di connettività, in cui il flusso di comunicazione è separato dal bene/supporto fisico, in cui si smaterializza la mediazione editoriale, in cui si personalizza il servizio di offerta e si riconfigurano strutturalmente i sistemi di creazione del valore a partire dalle esigenze del singolo cliente<sup>35</sup>. Aspetto, quest'ultimo, che argina uno dei deficit caratterizzanti l'odierno panorama editoriale: un'iperproduzione a cui tuttavia corrisponde un'iposegmentazione<sup>36</sup>.

Case editrici, biblioteche e tutti i soggetti operanti nelle politiche promozionali della lettura dovranno riflettere, prendendo anche in considerazione quello che l'attraversamento dei libri propone: l'isituzionalizzazione del passaparola e delle promozioni *bottom up*.

---

<sup>34</sup>Dati tratti dagli ultimi Stati Generali dell'Editoria, consultabili sul sito [www.aie.it/statigenerali/contatti.asp](http://www.aie.it/statigenerali/contatti.asp)

<sup>35</sup> Cfr. Ufficio Studi Aie, *op. cit.*, cap. 2

<sup>36</sup> Cfr. Dubini, *op. cit.*, cap. 12

Termina qui questa appassionante ricerca, che, ribadisco, mi ha permesso di venire a contatto con un mondo ricco e pieno di sorprese. Bookcrossing è indubbiamente una forma di cultura mediata e partecipata, un'occasione, quindi, per promuovere l'esperienza della lettura anche presso frange di pubblico interessate inizialmente più alle modalità partecipative suggerite dall'iter del bookcrossing piuttosto che all'esperienza culturale in sé e per sé.

Una modalità comunicativa che stimola la formazione di comunità, attive e consapevoli nel selezionare e riproporre messaggi culturali, nella creazione di spazi di dibattito, a partire dalla lettura, che altri media, attualmente, non offrono.

Laddove, infatti, piccole case editrici sono ricorse al bookcrossing, i risultati sono stati soddisfacenti, non tanto nell'incremento delle vendite quanto nella creazione, appunto, di comunità che hanno recepito più interattivamente il flusso comunicativo, per troppo tempo piovuto passivamente dall'alto. A partire dallo spirito del bookcrossing sono stati ideati momenti di promozione alla lettura, in connubio con valorizzazioni di realtà culturali locali, con fini educativi, divulgativi, sociali. Il tutto a costi irrisori.

L'idea di trasformare la lettura da piacere individuale a fenomeno collettivo è stata, in conclusione, una scommessa vinta e con un notevole riscontro, anche sostenuto dall'integrazione di media fra loro differenti - si veda il caso di Radio Rai Tre e Fahrenheit. Una biblioteca a cielo aperto è finalmente a portata di tutti; si concretizza l'esistenza di un club del libro con il mondo come socio; si può partecipare a una caccia al tesoro con in palio la promozione della lettura. Una condivisione reale - il sapere viene diffuso attraverso il supporto cartaceo del libro rilasciato - o virtuale - lo scambio di idee, opinioni, recensioni, la partecipazione ai forum - che è anche lo spirito che muove i *reading groups* di matrice anglosassone. Una famiglia allargata su scala mondiale, un canale preferenziale per essere accolto in città anche estere in una comunità bookcrossing, come da molti mi è stato raccontato.

L'attraversamento del libro si pone, quindi, come un gioco, gratuito e affascinante, che percorre lo spazio e il tempo, la versione riveduta e corretta del messaggio in bottiglia, un libero scambio di libri, idee, persone ed esperienze.



15.

**Bibliografia, sitografia e indice delle interviste**

**Bibliografia**

- AIE, Ufficio Studi, *L'editoria libraria in Italia*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca di Stato, 2002
- Anadema, *Anadema, le teste pensanti*, Milano, Anadema, 2004
- Bourdon, Jerome, *Introduzione ai media*, Bologna, il Mulino, 2001
- Dardano, Maurizio, *Manualetto di linguistica italiana*, Bologna, Zanichelli, 1996
- Dardano, Maurizio e Trifone, Piero, *La nuova grammatica della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, 2001
- Dubini, Paola, *Voltare pagina. Economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria*, Milano, ETAS, 2001
- Fabietti, Ugo, *Storia dell'antropologia*, Bologna, Zanichelli, 1991
- Giovagnoli, Max, *Scrivere il web*, Roma, Dino Audino, 2002
- Kotler, Philip e Scott, Walter G., *Marketing Management*, Torino, Isedi, 1992

## Sitografia

<<http://www.bookcrossing.com>>  
<[http://www.bookcrossing\\_italy.com](http://www.bookcrossing_italy.com)>  
<<http://www.liberliber.bookcrossing.com>>  
<<http://www.bookcrossingitalia.cjb.net>>  
<<http://www.marcorinaldi.it/eurobc>>  
<<http://www.liberliber.it/progetti/libriliberi>>  
<<http://www.debris.it/bookcrossing>>  
<<http://www.comune.fi.it/scaffale>>  
<<http://www.passe-livre.com>>  
<<http://www.fahrenheit.rai.it>>  
<<http://www.wheresgeorge.com>>  
<<http://www.phototag.org>>  
<<http://www.aie.it/statigenerali/contatti.asp>>

## Indice delle interviste

- Lucia Lanzoni, ideatrice del sito <[www.liberliber.bookcrossing.com](http://www.liberliber.bookcrossing.com)> e organizzatrice di *meetup*
- Francesco Granirei, titolare del pub *Rew* (via Savona, Milano), sede di *meetup*
- Marino Sinibaldi, conduttore della trasmissione radiofonica *Fahrenheit* su Radio Rai Tre
- Max Giovagnoli, redattore della casa editrice Dino Audino di Roma
- Marco Lanzarini, redattore della casa editrice Meridiano Zero di Padova
- Luca Brogioni, responsabile del coordinamento del sistema bibliotecario di Firenze e ideatore dello Scaffale del libero scambio
- Gennaro Capuano, titolare delle librerie “Leggere Per” di Firenze e “Leggere Per 2” di Parigi e ideatore dell’iniziativa Passe-Livre
- Mario Ceratti, docente di lettere del Liceo Europeo Don Bosco di Borgomanero
- Gianluca Veltri, titolare del parrucchiere Anadema (corso Lodi, Milano) e ideatore di “Anadema, le teste pensanti”