

Vincenzo Freda

Leggere conviene:
le attività promozionali del libro
e della lettura

<http://www.vincenzofreda.it>

©2011

La lettura in cifre

Prima di passare in rassegna alcune forme di promozione della lettura e di comunicazione della biblioteca cominciamo con qualche dato sulla produzione libraria e sul suo consumo nel nostro Paese.

In Italia ogni anno vengono pubblicate circa 60.000 edizioni librarie con una tiratura media inferiore alle 4000 copie¹. Il genere più rappresentato è quello letterario che sfiora il 23%, non male anche la saggistica dove il settore giuridico e quello religioso la fanno da padrone. Un elemento da considerare dal punto di vista della distribuzione territoriale dell'industria editoriale è la forte predominanza delle regioni settentrionali dove si concentra l'80% circa delle pubblicazioni.

Per quanto concerne invece i dati sulla lettura, intendendo sia quella libera solitamente legata allo svago e al piacere sia quella obbligata cioè legata a motivi professionali o di studio, dalle ricerche condotte dall'Istat appena il 63% della popolazione entra a vario titolo a contatto con i libri. Si tratta di un valore pressoché stabile, dove le lievi oscillazioni in aumento che di tanto in tanto si registrano dipendono dall'effetto trainante di un bel film ispirato a un romanzo di successo (com'è stato, ad esempio, per *Il codice da Vinci* di recente o per *Il nome della rosa* negli anni Ottanta). Provando a scomporre questo dato per differenze sessuali, anagrafiche e geografiche emerge un quadro abbastanza complesso. Leggono di più le donne (51,6% rispetto al 38,2% degli uomini), i ragazzi (64,7% rispetto al 22,8% degli anziani), i residenti nelle regioni settentrionali (51,8% rispetto al 34,6% di chi vive nel Mezzogiorno).

1 20% libri scolastici, 68% libri per adulti, 12% libri per ragazzi (Solimine 2010).

Un altro aspetto molto interessante da considerare è quello dell'intensità nella pratica della lettura. Quelli che leggono fino a tre libri in un anno, i cosiddetti "lettori deboli" costituiscono circa la metà dei 25 milioni di lettori stimati dall'Istat. Dell'altra metà, due terzi circa leggono almeno un libro al mese, rappresentando la fascia dei cosiddetti "lettori forti", mentre quota 12 libri all'anno è superata solo da meno di 4 milioni di persone.

Questi dati rapportati al contesto internazionale offrono un quadro alquanto deprimente: in Italia si legge poco tant'è che la quota di cittadini che possono definirsi lettori è tra le più basse d'Europa. Peggio di noi fanno solo alcuni paesi dell'area meridionale del continente, come Grecia e Malta, o molto più poveri, come Bulgaria e Romania. Probabilmente questo scarto si spiega anche con il più basso livello di scolarizzazione visto che da noi appena la metà della popolazione è in possesso del diploma di scuola secondaria rispetto ad una media europea del 70%. Quanto sia urgente ed indifferibile adottare iniziative concrete ad incrementare la propensione a leggere emerge dai più recenti rapporti Ocse che dimostrano come nei paesi con tassi di lettura elevati i ragazzi presentano anche competenze cognitive e linguistiche maggiori mentre gli adolescenti italiani sono significativamente al di sotto di quella media².

I fattori sociali e ambientali

Un discorso sulle buone pratiche promozionali della lettura non può prescindere dal rilevare preliminarmente che sussistono fattori di natura ambientale, culturale in grado di condizionare fortemente le dinamiche della lettura e determinarne gli indici veri e propri. Innanzitutto il livello

2 <<http://www.pisa.oecd.org>>.

socio-economico, non tanto perché i libri siano oggetti molto costosi ma perché essendo generi di consumo voluttuario e non certo beni di prima necessità, ad essi ci si orienta solo dopo aver soddisfatto ben altre esigenze. Per questo, il consumo del libro è legato alla disponibilità di reddito e tende ad aumentare con il crescere delle condizioni di benessere.

Dal punto di vista socioculturale, non giova sicuramente alla causa della lettura il prototipo del lettore assiduo che ci viene propinato da una certa produzione letteraria e cinematografica che tende a dipingere in maniera distorta chi ama dedicare molto del suo tempo ai libri: occhialuto, imbranato e con notevoli difficoltà relazionali, se uomo; poco attraente, sognatrice e quasi sempre destinata a restare zitella, se donna. Si tratta di un'immagine caricaturale, naturalmente, che non corrisponde alla realtà, ma il fatto che resista nell'immaginario collettivo e venga continuamente riproposta è indice della considerazione marginale in cui è relegata la cultura scritta nella società italiana degli ultimi decenni in cui predominano altri valori e altri stili di vita, orientata alla ricerca spasmodica della produttività e all'ostentazione del benessere economico e di quello fisico, piegata alla logica dei consumi. E' evidente che in un tale contesto la lettura incontra non poche difficoltà a ricevere il giusto riconoscimento nella scala dei valori sociali. C'è bisogno invece di scardinare questi luoghi comuni, di ribaltare queste visioni distorte a vantaggio di una diversa idea della lettura come consumo che crea progresso e benessere perché, come dimostrano i dati Ocse, la diffusione della cultura del libro può essere una leva formidabile per l'innovazione e lo sviluppo economico e sociale del paese³. Abbastanza determinante risulta anche l'incremento del livello di istruzione che ha indubbiamente avuto un impatto positivo sulla diffusione della

3 Solimine G. *L'Italia che legge*, Roma-Bari, 2010.

lettura negli ultimi quindici anni sebbene, in termini assoluti, l'aumento dei lettori è stato più debole e più lento rispetto alla crescita del numero dei diplomati e laureati. Il possesso delle competenze tecniche per leggere non è sufficiente a trasformare un bacino di potenziali lettori in lettori assidui, anche se il possesso di un titolo di studio influisce fortemente sulla percentuali di lettura nel tempo libero dato che, ad esempio, i laureati leggono più del doppio di chi possiede solo la licenza media (80,6% contro 38,3).

L'ambiente familiare

Anche l'ambiente familiare si rivela un influente elemento di contesto considerato che, alla luce di alcune ricerche, i comportamenti di lettura dei genitori possono determinare la probabilità che i loro figli diventino lettori. Questo accade 82 volte su cento per i figli di lettori abituali rispetto al 42,3% dei figli di non lettori. Strettamente collegata a questa abitudine è la presenza di libri in casa e anche la loro quantità e quindi la possibilità che questi vengano considerati compagni di vita abituali e perciò capaci di incidere in modo più forte sulla formazione dei giovani lettori. Nella case degli italiani la dotazione libraria è aumentata. Da poco più del 35% di famiglie che nel 1965 possedevano libri si è raggiunta quota 89% nel 2009, sebbene la metà di esse dichiara di possedere meno di 50 libri. In ogni caso la presenza dell'oggetto libro condiziona chi vi abita dato che la percentuale dei ragazzi lettori supera l'80% quando in casa sono presenti più di 200 libri mentre è inferiore al 30% per chi vive in case senza libri.

Che la presenza dei libri in casa e, conseguentemente, le abitudini di lettura dei genitori siano elementi determinanti per influenzare la propensione alla lettura dei figli, che hanno probabilità di divenire lettori molto maggiori

rispetto a chi cresce in una casa priva di libri, si rivela anche dall'attuazione di una serie di pratiche per promuovere la lettura fin dalla prima infanzia. “*Nati per leggere*”⁴ è una di queste ed è curata dai pediatri che, essendo una figura di riferimento importante per i genitori, possono in modo più convincente illustrare i benefici della lettura ad alta voce ai bambini di età compresa tra i 6 mesi e i 6 anni. Il progetto, nato in Italia una decina di anni fa, ha avuto una rapida e notevole diffusione arrivando a coinvolgere migliaia di operatori che gestiscono piccole biblioteche presso gli ambulatori e i nidi, effettuano attività di animazione e di lettura ad alta voce, distribuiscono materiale informativo e gestiscono servizi di supporto alle famiglie. Una delle più significative azioni praticate nel corso del progetto è il dono di un libro a tutti i neonati a sottolineare l'importanza della lettura fin dai primi anni di vita, la consapevolezza che la lettura non è una pratica antiquata ma un valore positivo che la famiglia può trasmettere ai figli dimostrando come il leggere ad alta voce ai bambini in età prescolare abbia un'influenza positiva dal punto di vista relazionale, sul rendimento scolastico in tutte le altre materie e risulta una pratica utile a creare e consolidare abitudini alla lettura stessa.

L'ambito scolastico

Un ruolo decisivo è svolto anche dalla scuola che affianca la famiglia nel percorso formativo dei ragazzi e che dovrebbe contribuire a rimuovere le differenze e le difficoltà che il contesto di origine sociale può determinare nei soggetti più svantaggiati. Purtroppo le proposte di lettura suggerite in ambito scolastico non intercettano gli interessi dei ragazzi che continuano a percepirle come un obbligo e non come uno svago, vanificando gli effetti

4 <<http://www.natiperleggere.it>>.

delle politiche di promozione. Tant'è che una delle maggiori difficoltà registrate nelle abitudini dei ragazzi dopo il passaggio dall'adolescenza alla giovinezza è quello di conservare una certa consuetudine di rapporti con il libro visto che 2 su 5 associano l'idea della lettura a qualcosa di pesante perché ricorda la scuola (indagine Ipsos citata in Solimine 2010). Invertire questa tendenza è indubbiamente compito della stessa scuola che deve preoccuparsi di migliorare ed arricchire le modalità con cui i ragazzi entrano in contatto con i libri durante la vita scolastica. Innanzitutto è necessario assicurare uno spazio per il libro, a parte quelli di testo, come fonte e utensile per lo studio individuale, promuovendo un'efficace cultura della documentazione che abitui a leggere durante tutto l'arco della vita per aggiornare il proprio bagaglio di conoscenze. Questo implica un cambio di strategia da parte istituzioni scolastiche nei riguardi delle biblioteche d'istituto che si faccia effettivamente carico dello stato di marginalità in cui versano. Attualmente sono affidate, nella migliore delle ipotesi, a docenti volontari o riconvertiti alla meno peggio perché in soprannumero o esonerati dall'insegnamento, che vi dedicano qualche ora a settimana e in condizione di precarietà, rendendo precaria anche in funzionamento stesso della biblioteca. In pensionamento o trasferimento dell'insegnante che se ne occupa porta, intatti, porta spesso all'azzeramento del servizio. Invece, occorre che siano dotate di personale adeguato con una specifica formazione biblioteconomica e sostenute con sufficienti finanziamenti. In secondo luogo, i tanti e volenterosi insegnanti che si impegnano a promuovere la lettura dovrebbero cercare di collegare questa pratica agli interessi e ai valori a cui i ragazzi mostrano particolare sensibilità, evitando l'errore di imporre loro il libro, proponendolo come strumento di edificazione e formazione soltanto e senza lasciarli neppure liberi di

sceglerseli i libri da leggere. Perché dunque scaturisca una vera passione per la lettura e il libro non esca definitivamente dall'orizzonte di vita dei ragazzi dopo l'adolescenza ma resti un libero ed effettivo piacere anche per le fasi successive della vita potrebbe essere utile disancorare le politiche di promozione dalle esigenze legate a questioni educative di quella specifica fascia d'età.

Il contesto territoriale

Abbiamo visto come la presenza di alcune circostanze favorevoli possa agevolare il tasso di diffusione della lettura, stimolando l'interesse per il libro. Oltre al fattore familiare e a quello scolastico, risulta determinate anche quello "infrastrutturale" legato alle caratteristiche territoriali del luogo di residenza. Innanzitutto le dimensioni del contesto urbano: se una quota maggiore di lettori si registra nelle aree di grande urbanizzazione rispetto ai piccoli centri è perché le prime offrono maggiori occasioni e opportunità di rapporto con il libro rispetto ai secondi. In secondo luogo, il fattore geografico che marca profonde differenze tra le diverse aree territoriali del nostro paese: se gli indici di lettura sono più alti nelle regioni settentrionali rispetto a quelle meridionali è per la disomogeneità nella distribuzione degli esercizi commerciali che possono favorire l'incontro fra libri e persone, molto più diffusi al nord che al sud.

Per non parlare poi dell'uso delle biblioteche e della loro distribuzione territoriale. Da una recente indagine condotta dall'Istat, in Italia appena l'11,7% della popolazione frequenta una biblioteca che figura al settimo posto nella graduatoria dei diversi canali di acquisizione del libro (Solimine 2010). Se questo dato viene letto in correlazione con la distribuzione territoriale di queste strutture emerge un quadro abbastanza disomogeneo.

Infatti in una realtà come quella meridionale dove il cittadino ha meno opportunità di incontrare l'offerta di un servizio bibliotecario è naturale che si rilevino un minore utilizzo delle biblioteche e conseguentemente tassi di lettura molto più bassi rispetto ad altre realtà del paese dove la presenza di strutture bibliotecarie è più diffusa. Questo aspetto trova riscontro nella forbice degli indici di frequenza tra il nord e il sud del paese con uno scostamento di oltre 8 punti percentuali (rispettivamente, il 16,1% e il 7,7%), praticamente il doppio del valore percentuale che si riflette con analogo tendenza sui tassi di lettura. Per non parlare poi della effettiva qualità dei servizi, da cui emergerebbe un divario ancora maggiore. Una biblioteca incapace di rappresentare con la propria offerta libraria la ricchezza e l'articolazione della produzione libraria e che, a causa di budget molto contenuti anche a seguito delle ripetute crisi economiche che assottigliano significativamente le risorse finanziarie disponibili per lo sviluppo delle raccolte, non può acquistare tempestivamente le novità librarie non è in grado di esercitare alcun appeal sul pubblico dei suoi utenti potenziali, spesso destinati a rimanere tali proprio per questo motivo⁵.

Una pratica abbastanza diffusa di recente per ovviare allo scarso radicamento delle biblioteche di base è quella di superare l'immagine tradizionale di "istituzione culturale" associata naturalmente alla biblioteca per conferirle una connotazione più dinamica e vicina al vissuto e alla quotidianità di un pubblico ben più ampio e articolato che in passato (Lietti-Parise 2006). E' sicuramente in funzione di questo nuovo orientamento la decisione di parecchie biblioteche di allestire un'offerta documentaria finalizzata a intercettare interessi, curiosità e bisogni informativi legati agli

5 Ad esempio, il bilancio 2010 della Regione Campania prevede uno stanziamento di 3.650.000 euro per musei e biblioteche, di cui 3 milioni per un solo museo e il resto da dividere fra 200 musei e 750 biblioteche. Oppure, il budget delle 46 biblioteche statali dipendenti dal MiBAC è stato dimezzato, passando da 30 a 17 milioni di euro annui.

eventi della vita di tutti i giorni di quel vasto popolo di lettori inconsapevoli, interessati alla manualistica ma che si dichiarano “non lettori” in senso proprio sebbene lo siano ugualmente in quanto fruitori di un genere particolare di pubblicazioni. Sotto questo aspetto è apprezzabile l'impegno di molte amministrazioni locali che per catturare potenziali lettori portatori di interessi tra i più diversi hanno effettuato investimenti piuttosto impegnativi per costruire o ristrutturare le sedi di tante biblioteche per renderle più attrattive e accoglienti. Alla base di questo nuovo orientamento c'è una nuova visione della biblioteca intesa non esclusivamente come centro di distribuzione dei libri da leggere altrove ma come luogo e punto di riferimento della comunità locale, spostando l'attenzione sulla funzione sociale e aggregatrice di questo istituto, spazio urbano di condivisione del sapere e di partecipazione dei cittadini (Agnoli 2009; Galluzzi 2009).

Le iniziative editoriali

Benché animate da obiettivi diversi e più settoriali, come quello di accrescere i profitti di impresa incrementando la vendita dei libri, anche realtà imprenditoriali come case editrici e librerie possono contribuire in modo significativo ad un'efficace politica di promozione della lettura, ampliandone le basi sociali, come testimoniano alcune importanti iniziative messe in campo nel secolo scorso. È il caso della Biblioteca universale Rizzoli, la prima vera collana di classici tascabili che riesce ad ottenere un grande successo di massa. L'iniziativa della Rizzoli è il primo progetto articolato di letteratura universale, che comprende i nomi più significativi della tradizione letteraria dell'antichità classica e moderna, offerta a un

vasto pubblico a un prezzo molto contenuto. Inaugurata nel 1949 dai *Promessi sposi*, questa straordinaria iniziativa editoriale si caratterizza per l'estensione temporale, l'ampiezza delle scelte, la frequenza della pubblicazione. In pochi anni questi libretti di piccolo formato diventano per un'intera generazione la fonte primaria di accesso ai classici di ogni tempo. Segue, verso la fine degli anni Cinquanta, una nuova iniziativa editoriale: il "Club degli editori", nato da un'intuizione strategica di Arnoldo Mondadori e basato su una formula sperimentata negli Stati Uniti degli anni '20. Con il sistema della vendita per corrispondenza si ampliava il pubblico dei lettori, arrivando anche a quelli che normalmente non erano abituati a servirsi dei canali tradizionali. Comodità e prezzo conveniente hanno contribuito a determinare il successo di questa formula commerciale.

Sotto l'effetto trainante della scolarizzazione⁶ che fa acquisire alla lettura una dimensione veramente di massa, le case editrici mettono in campo nuove iniziative in grado di rispondere a più generali bisogni di svago e informazione, cultura e aggiornamento professionale di un pubblico sempre più vasto e variegato. Da un lato, l'editoria a dispense distribuite in edicola. Si deve ai Fratelli Fabbri il merito della svolta che avrà effetti trascinanti per tutto il settore. Le dispense rendevano disponibile anche ai meno abbienti una serie di opere enciclopediche scelte, destinate a un pubblico vasto ed eterogeneo ma accomunato da un forte bisogno di cultura, sollecitato dalla possibilità di crearsi un patrimonio socialmente gratificante. Dall'altro, il formato tascabile unito alla logica seriale dell'edicola per raggiungere un target di lettori il più possibile esteso socialmente. Lanciati in edicola nel 1965 a cadenza settimanale (poi mensile), fin dal

6 L'istituzione della scuola media unica (1962) determina la crescita del numero degli alfabetizzati che arriva al 90% degli italiani e il pubblico si allarga tanto che, dopo il '68, arriverà a raddoppiare, leggendo abitualmente sia libri che giornali

primo titolo (*Addio alle armi* di Hemingway, annunciato con modalità di promozione quasi cinematografiche), con tirature fra le 80.000 e le 100.000 copie e un prezzo contenuto (350 lire, il 15% di quelli correnti), gli Oscar Mondadori sembravano rispondere alle nuove eccezionali potenzialità di un pubblico "trasversale", interessato all'incontro con il libro e alla lettura del romanzo in modo più casuale e veloce, e forse in grado di abituarsi all'acquisto frequente e seriale, sulla scia delle dispense in edicola che avevano avuto fortuna nel periodo immediatamente precedente. Seguono le imitazioni di altre case editrici e anche se il flusso presto doveva ridimensionarsi, erano state gettate le basi per il "travaso" di lettori in edicola, verso il tascabile d'autore; e iniziava a realizzarsi l'omologazione, sotto un unico marchio e prezzo, di autori e testi di spessore e autorità totalmente eterogenea (non a caso le reazioni furono assai aspre da parte di scrittori come Moravia). Degna di nota è anche l'intuizione di Einaudi che inventa con la PBE (Piccola Biblioteca Einaudi) l'incontro tra il giovane ceto intellettuale di massa e il "tascabile di cultura". Iniziative rilevanti per l'allargamento delle basi sociali della lettura sono stati sia i prodotti seriali come i rosa "Harmony" della Mondadori, che rappresentano il fenomeno editoriale più importante della prima metà degli anni Ottanta, ottenendo un successo immediato presso il pubblico femminile, maggiormente sensibile all'evasione romantica, che trova in questo tipo di romanzo sentimentale anonimo e ripetitivo un efficace strumento di coinvolgimento, sia pure quella di alcuni quotidiani (e settimanali) che iniziavano a utilizzare come gadget collane di libri-omaggio in edizione a bassissima qualità e a costi minimi per il pubblico ("L'Espresso" dal 1984, "L'Unità" dal 1985). Un altro fenomeno editoriale di grande interesse è quello del minitascabile "Mille-lire" di Stampa

Alternativa inaugurato nel 1991 con *Lettera sulla felicità* di Epicuro, seguito nel '92 dai NewtonCompton, un volumetto di poche pagine messo in vendita a mille lire. La genialità dell'iniziativa si evidenzia non solo per la vendita di milioni di copie nel giro di pochi anni, ma per aver creato un nuovo segmento di mercato generando nuovi interventi editoriali. Tra gli altri si segnala i "Miti", una sottocollana degli Oscar, che Mondadori lancia nel 1995 con cui ottiene importanti successi commerciali⁷ merito della qualità dell'offerta letteraria fatta di scrittori famosi, di un prezzo estremamente competitivo (5.900 lire), della distribuzione capillare. Così, il tascabile economico copre la maggior parte delle tirature e delle vendite, su due fasce di prezzo, delle quali il "supereconomico" - sull'onda di lancio dei "Miti" Mondadori (1995), e dei Superpocket Rcs Longanesi (1997) - è appannaggio dei grandi gruppi, che vi sperimentano la diffusione a livello di massa dei bestseller degli anni precedenti: Baricco e Tamaro, De Carlo, Maraini, o l'Iliade. E sempre più spesso la "novità" viene lanciata direttamente nelle nuove collane.

Le iniziative nella biblioteca

La biblioteca non è più soltanto la casa dei libri ma un organismo in movimento che si configura come un centro di servizi in grado di soddisfare funzioni culturali e sociali, dov'è possibile trovare informazioni di ogni tipo: dagli orari dell'autobus della città a quello che serve per completare la ricerca su un determinato argomento da consegnare a scuola. Pur tuttavia, l'attività di base di una biblioteca resta quella di offrire alla

⁷ I primi quattro titoli raggiungono in due mesi 700.000 copie di diffusione e i successivi quattro toccano quota 800.000.

sceita dei propri utenti materiali da consultazione in sede o da portare a casa anche se con modalità diverse a seconda del tipo di struttura⁸. Sebbene nei magazzini o tra gli scaffali è possibile trovare una diversità di materiali per supporto e forma, tant'è che si preferisce, più correttamente, l'uso del termine documento per indicare le diverse entità fisiche o digitali che ne costituiscono il patrimonio, la biblioteca si identifica ancora prevalentemente come luogo in cui ci sono i libri e pertanto promuovere la lettura è una delle sue principali missioni.

Per questo la biblioteca costruisce attorno alla sua collezione e ai suoi lettori tutta una serie di attività, di proposte e di offerte per dar vita ai materiali e agli spazi e metterli in relazione con il pubblico, per far familiarizzare i lettori con la struttura e dare loro un'autonomia di ricerca e il gusto di leggere.

Laboratori di lettura

Un metodo molto diffuso e ben collaudato consiste nel catturare l'interesse di singoli o di gruppi attraverso laboratori di lettura con interventi guidati da personale interno oppure da esterni che arrivano in biblioteca in quella particolare occasione portando la loro specificità. Soprattutto se rivolta ai ragazzi, per ottenere risultati migliori è preferibile che questa tipologia di incontri sia condotta da professionisti esterni, cioè da persone che fanno

8 In una biblioteca pubblica basta iscriversi, il prestito è gratuito. Mentre altri servizi come fotocopie, stampe o navigazione in rete possono prevedere delle tariffe, il prestito e la consultazione sono servizi fruibili gratuitamente, per i quali la biblioteca non chiede soldi ma solo di aver cura del libro scelto, che è patrimonio di tutti e che deve essere restituito nello stesso stato in cui si desidera trovarlo. Con appositi regolamenti le biblioteche disciplinano la durata del prestito e il numero dei documenti che contemporaneamente si possono portare a casa. Normalmente le riviste sono escluse dal prestito ma per consentirne la consultazione in sede alcune biblioteche mettono a disposizione dei lettori comodi divani e poltrone.

della loro passione un mestiere e che si costruiscono le competenze e le conoscenze necessarie . Infatti, un laboratorio di lettura implica che i libri proposti siano conosciuti, cioè letti! Tuttavia è abbastanza improbabile, o quantomeno complicato, che il personale della biblioteca, visto anche il numero esiguo, riesca non solo a seguire tutte le fasi del lavoro ma anche a tenersi aggiornato sulla grande produzione editoriale. Ugualmente sconsigliabile, nel caso di un gruppo-classe, affidarne la presentazione all'insegnante che magari pretenderebbe dai ragazzi anche la compilazione della scheda. Può ottenere una presa più forte se la lettura è condotta da una persona estranea all'ambiente scolastico, con cui i ragazzi possono rapportarsi in maniera diversa, meno formale, creando dei legami e delle dinamiche di relazioni più libere. Inoltre, per essere gustata veramente la lettura deve essere gratis cioè non deve comportare particolari obblighi aggiuntivi, come ad esempio essere costretti a fare un racconto o una variazione sul tema della storia ascoltata. Infine, il fatto che le pareti della biblioteca che li accoglie non sono quelle delle aule scolastiche rende gli aspiranti giovani lettori più disponibili ad ascoltare e a ricevere consigli.

Un espediente per rendere ancora più partecipativo e proficuo l'incontro di lettura è quello di trasformarlo in momento di scambio, dove gli stessi ragazzi suggeriscono delle letture agli adulti e all'operatore che è con loro. Questo meccanismo contribuisce a formare un gruppo di lettura dove i ragazzi interagiscono tra loro e scambiano pareri sui libri da non perdere e su quelli invece che possono metaforicamente finire nella spazzatura, magari posizionando in biblioteca anche un bidone dove mettere i libri che non ottengono consensi e vedere che si arrischia a prenderli ugualmente in prestito⁹.

9 Un progetto di promozione della lettura tra ragazzi compresi tra undici e quindici anni, basato sul concetto di scambio di informazioni sui libri chiacchierandone di persona o

La lettura di un libro a un gruppo-classe o a un pubblico vario di lettori durante un ciclo di appuntamenti pomeridiani, è una delle attività principe della biblioteca per cercare di trasmettere la passione per la lettura e può essere declinata secondo forme diverse: una lettura di storie legate tra di loro da un argomento; opere di un certo autore o un certo genere; il confronto tra diverse versioni di un classico.

Incontri con l'autore

Un modo per dare maggiore eco alle iniziative di promozione della lettura è quello di invitare l'autore a presentare in biblioteca il libro ai propri lettori. In tal caso l'incontro assume un significato più rilevante grazie alla possibilità di interagire direttamente con lo scrittore, con domande o interviste. L'idea di fare conoscenza diretta di una persona di cui ci si è fatta un'immagine indiretta dalla lettura dei suoi libri è un elemento molto stimolante, anche se non si ha garanzia della perfetta corrispondenza tra la persona che si ha dinanzi e quella che si è immaginato: può essere una delusione, ma può essere anche una piacevole sorpresa.

I giochi

Un altro sistema di sicuro effetto per avvicinare i lettori ai libri e incoraggiarne la lettura è il gioco. Con i libri si gioca, potendo organizzare in biblioteca tutta una serie di attività come i campionati di lettura, le sfide all'ultimo libro, i tornei di lettura, dove i libri, i personaggi, le loro trame e le curiosità che si nascondono tra le pagine diventano l'oggetto del

attraverso un sito internet, è quello curato e sostenuto da *Fuorilegge. La lettura bandita* <<http://www.fuorilegge.org/>> .

contendere¹⁰. Si tratta di un modo diverso e divertente di far leggere e anche di proporre titoli che magari i lettori non avevano ancora preso in considerazione.

Le iniziative della biblioteca

Per attrarre gli aspiranti lettori e diffondere il piacere della lettura c'è bisogno innanzitutto che la biblioteca segnali la sua presenza sul territorio, faccia conoscere se stessa, pubblicizzi le sue attività e il suo patrimonio documentario. Per questa finalità vengono prodotte delle bibliografie a tema, dei consigli di lettura che possono essere veicolati tramite opuscoli o viaggiare in rete e che dicono cosa c'è in biblioteca, danno qualche assaggio dei testi, suggeriscono, fanno scoprire. Si tratta di iniziative a carattere periodico, come l'invio mensile di newsletter agli iscritti o evidenziare in vetrina gli ultimi acquisti, oppure essere legate a un particolare argomento o a un percorso di lettura.

Un'attenzione particolare merita l'attività di promozione verso coloro che non sono abituali frequentatori della biblioteca. Per catturarne l'interesse è necessario mettere a punto una serie di iniziative speciali come, ad esempio, per i ragazzi la visita delle classi che vengono in biblioteca per conoscere come funziona, cosa si può fare, trovare, ottenere. Attraverso itinerari di visita guidati, ai ragazzi che passeggiano tra gli scaffali vengono presentate le varie possibilità di utilizzo, illustrate le attività di ricerca soprattutto in

10 Fino al 2009 questa tradizione del gioco ha avuto anche una ribalta nazionale all'interno del Salone del libro di Torino con il torneo *Libringioco* che ha permesso a migliaia di ragazzi delle ultime due classi della scuola primaria e delle prime tre di quella secondaria di sfidarsi con una serie di giochi le cui soluzioni permettevano di stilare finanche una classifica di vincitori <<http://torino.blogosfere.it/2009/01/libringioco-e-playbook-la-fiera-del-libro-diventa-on-line.html>>.

rete, insegnando l'uso corretto di un motore di ricerca, a non fermarsi ai primi risultati ottenuti, ecc. In alcuni contesti risultano maggiormente efficaci a sollecitare la curiosità di quei cittadini che abitualmente non frequentano le biblioteche e guardano ai libri con un misto di ritrosia e soggezione, quelle iniziative che si preoccupano invece di portare i libri e la lettura fuori dai confini delle sedi istituzionali, in mezzo alla gente.

Le opportunità del web

Oltre che con i sistemi tradizionali o con programmi dedicati alle scuole, in questi tempi di web 2.0 la biblioteca si fa pubblicità anche andando online. Quasi tutte le biblioteche hanno una pagina internet sul sito dell'istituzione di appartenenza (comune, università, ecc.) con la sintesi di orari e servizi. In molti casi il sito della biblioteca è anche ricco di ulteriori informazioni e di spunti e può essere un canale privilegiato per mettere in vetrina le proprie iniziative, le novità, per offrire servizi, dialogare. Sotto questo aspetto si distinguono quei siti che rimando a blog dove utenti e bibliotecari possono dialogare a proposito di libri, ma anche di film e musica, proprio come se fossero a un gruppo di lettura. In altri casi l'ambiente digitale implementa l'incontro in presenza, divenendo il luogo dove continuare il dibattito o lo scambio nel tempo che intercorre tra una riunione e l'altra del gruppo di lettura.

Sono molti anche i siti in cui si può trovare un servizio del tipo “Chiedi in biblioteca”¹¹ o “Chiedi al bibliotecario”¹², un servizio di assistenza, ricerca di informazioni e reference online che mette a disposizione di tutti le risorse e le professionalità presenti nelle biblioteche per 24 ore al giorno e per sette

11 <http://www.cultura.toscana.it/biblioteche/servizi_web/chiedi_biblioteca/>

12 <<http://www.sba.unimi.it/Strumenti/6270.html>>.

giorni la settimana. Con l'aiuto di un modulo è possibile porre domande a una équipe di bibliotecari professionisti, i quali cercheranno la migliore risposta tra le risorse della rete o tra gli scaffali delle loro biblioteche, inoltrandola via posta elettronica entro pochi giorni. Accanto alla risposta via mail alcune biblioteche stanno attivando anche servizi di chat e account Skype in modo da creare un dialogo in tempo reale. Si tratta di strumenti che richiedono un impegno maggiore sia in termini quantitativi di costi che in termini qualitativi di professionalità. Infatti, una volta istituiti bisogna assicurare una costante presenza del bibliotecario addetto al reference perché chi si rivolge al bancone digitale della biblioteca si aspetta sempre che al di là ci sia qualcuno pronto a fornirgli in tempi celeri le informazioni richieste e con un linguaggio meno formale, più vicino a quello di uso comune della vita quotidiana.

In questi tempi di grande diffusione del web 2.0 sono tante le biblioteche che aprono una propria pagina o un account sui maggiori social network. Facebook ad esempio, utile non soltanto per offrire un'informativa sugli orari di apertura e sui servizi erogati, ma per instaurare un reciproco scambio e un rapporto con gli utenti. I social network si prestano ad essere usati come strumenti di comunicazione delle novità e di promozione delle attività della biblioteca, a costo zero tra l'altro che è un elemento che ha la sua importanza in questo periodo. Su Twitter invece potrebbero essere lanciati un tweet al giorno con l'incipit o una frase ad effetto che valga come consiglio di lettura. Su YouTube il video di un incontro di lettura per dare la possibilità a chi non ha potuto intervenire di vederlo. Il web è dunque una possibilità in più per la biblioteca di comunicare, che può risultare decisamente apprezzata dai giovani utenti che giocano qui sul loro territorio.

La cura dell'ambiente

In ogni caso, l'obiettivo di formare lettori che sapranno conservare la buona abitudine di frequentare una biblioteca passa attraverso la consapevolezza di un programma di sviluppo coerente capace di diversificare l'offerta e puntare sempre alla qualità nei servizi, nella collezione, nelle iniziative per far sì che la biblioteca venga percepita e vissuta come un posto in cui si sta bene, un luogo vissuto dove i ragazzi sono abituati a trascorrere dei pomeriggi studiando, dove le persone condividano spazio e tempo con compagni e amici, leggendo, giocando, chiacchierando, cercando. Sotto questo aspetto, una parte importante la gioca l'ambiente e l'organizzazione dello spazio all'interno della biblioteca che è opportuno rifletta tutte le necessità, in primo luogo quelle legate all'età, destinando spazi appositamente dedicati ai bambini, arredati con tappeti, grandi cuscini morbidi, sedie girevoli e dove trovano posto materiali come fumetti, dvd e altri materiali multimediali. Di non secondaria importanza è anche la segnaletica di guida all'utente nella ricerca, nel suggerire percorsi tra le diverse sezioni e tra i differenti servizi a disposizione, perché sia quanto di più chiara e immediata, fatta di colori e simboli, con un linguaggio il più semplificato possibile. Infatti, quando si pensa alla segnaletica bisogna avere in mente chi entra in biblioteca, considerare che chi legge è un bambino o che può essere chi entra per la prima volta o ci viene di rado. Essere accessibili fin dall'orientamento nello spazio significa essere più accoglienti, saper annullare le distanze che si possono percepire verso un'istituzione. Molto dipende anche dall'assenza di limitazioni sia per l'accesso che per la fruizione dei materiali e dei servizi. Utilizzare definizioni del tipo "letteratura per ragazzi" o "letteratura per adulti" rappresenta un limite che si riflette negativamente sull'idea di biblioteca

come spazio aperto a tutti. Occorre invece abituarsi a pensare alla letteratura *tout court*, senza lasciare che l'aggiunta di un predicato arrivi a sminuire o a vietare i testi a cui è attribuito. Ci sono libri che non hanno età, che parlano a tutte le generazioni: relegarli per una fascia d'età esclusiva potrebbe precluderne la possibilità di essere letti. Determinanti sono anche i servizi aggiuntivi, come il bar interno o le comuni macchinette per le bevande e gli snack che invitano a fare comunità, la flessibilità degli spazi con scaffali forniti di ruote e sedie impilabili (quando non si dispone di salette dedicate) per ospitare eventi e iniziative, creando la giusta atmosfera per accogliere gruppi per un momento di racconto, una lettura animata, una presentazione con l'autore.

Insomma, la biblioteca come posto dove la piacevolezza delle attività riesca a produrre una forte fidelizzazione in chi la frequenta, facendo diventare quel luogo un punto di riferimento importante, dove ti può capitare di imbatterti in qualcosa che non cercavi, magari di cui nemmeno avevi idea, ma che ha il potere di arricchirti e di stupirti, che ti fa scoprire mondi, immagini, notizie che prima ignoravi e appassionare, che ti fa conoscere altre culture, altre idee che potranno incidere nella vita e sulla tua personalità e insegnarti a nuovi modi di leggere la realtà¹³.

Attenuare il deficit infrastrutturale

Promuovere la lettura nelle forme e nei termini in cui l'abbiamo declinata implica, in altri termini, la possibilità di leggere, possibilità che è data dalla

13 *Serendipity*, che è una parola conosciuta a metà del '700 da Robert Walpole che si ispirò a una fiaba indiana in cui i protagonisti vengono salvati da una serie di indizi che incontrano per caso sul loro cammino. Per spigare questo termine spesso viene citata una frase di un ricercatore biomedico, Comroe, che nel 1976 disse: “La serendipità è cercare un ago in un pagliaio e trovarci la figlia del contadino” <<http://it.wikipedia.org/wiki/Serendipit%C3%A0>> .

presenza di biblioteche e librerie. Tuttavia esistono ancora ampie zone della penisola che risultano prive di biblioteche o librerie, prive cioè della condizione essenziale perché gli abitanti di quelle regioni possano definirsi “lettori potenziali” di cui suscitare l'interesse per la lettura con adeguate politiche di diffusione del libro. In Italia la presenza delle librerie risulta squilibrata tra grandi città e piccoli centri e tra nord e sud del paese. Ugualmente, per quanto riguarda la distribuzione delle biblioteche, risulta abbastanza evidente come a mano a mano che dalle regioni settentrionali si scenda verso quelle meridionali diminuisce la possibilità di trovare collezioni librarie ricche e aggiornate. Per cui nessuna iniziativa promozionale, sia a carattere nazionale (recensione su un quotidiano, presenza di un autore in una trasmissione televisiva) che locale (presentazioni e incontri con l'autore, dibattiti) potrà mai produrre gli effetti desiderati se i destinatari di questi messaggi continueranno a non avere la possibilità di procurarsi il libro che desidererebbero leggere, perché non dispongono di una libreria o di una biblioteca pubblica a cui rivolgersi. Esiste dunque un problema di ordine infrastrutturale che va affrontato con priorità e decisione per creare occasioni di maggiore familiarità con il libro e poter pensare realisticamente a un efficace programma di diffusione della lettura. Perciò è ragionevole auspicare l'intervento del potere pubblico che si faccia carico di incoraggiare e sostenere, magari con forme di incentivazione, le iniziative private di quegli operatori economici che, sfidando le leggi di mercato, decidano di aprire una libreria dove questa attività non sarebbe remunerativa o, in alternativa, favorisca un riequilibrio nella rete dei servizi bibliotecari sul territorio, potenziando le strutture bibliotecarie delle scuole nelle arie disagiate.

La biblioteca itinerante

Un'alternativa all'assenza di biblioteche fatte di mattoni è il *bibliobus*¹⁴, un furgone attrezzato che in tante parti d'Italia porta libri e materiali documentari nei quartieri periferici delle grandi città, nei rioni sprovvisti di biblioteche, nelle zone di montagna dove non esiste rete bibliotecaria o semplicemente per strada, nelle piazze, nei mercati con un vero e proprio banco¹⁵. Sono vere e proprie biblioteche viaggianti, con percorsi e orari prestabiliti e dotazioni che cambiano di giro in giro per soddisfare i gusti di tutti gli utenti, nate sul modello del *Pack Horse Library Project of Eastern Kentucky*¹⁶ che tra il 1935 e il 1943 fornì di libri, riviste e soprattutto testi per ragazzi le popolazioni di quelle zone rurali e disagiate. L'idea faceva parte del programma del New Deal che Roosevelt volle per lottare contro gli effetti della Grande Depressione e per sostenere le popolazioni più povere: l'idea di portare il mondo in casa dei contadini isolati attraverso dei libri e dei giornali; l'idea che anche attraverso un libro si può vedere lontano, viaggiare, costruire sogni e speranze per un futuro migliore. Esperienze analoghe si registrano anche in altri Paesi con condizioni di vita diverse dalle nostre ma dove è identica la fame di libri. Con un sistema di tasche e contenitori appesi sul dorso di un animale, decine di libri vengono portati ai bambini delle comunità rurali facendo conoscere loro il mondo¹⁷. Un'iniziativa più recente ma alquanto singolare è quella della “biblioteca vivente” nata in Danimarca nel 2000 e adottata dal Consiglio Europeo come

14 <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Bibliobus>>.

15 “Bibliomigra” a Torino porta in giro libri e giornali in lingua e non per creare occasioni di incontri multiculturali
<<http://www.comune.torino.it/portapalazzo/ambienti/culturale/bibliomigra/index.htm>>.

16 <<http://glma-inc.org/newsleader/fall06/article2.html>>.

17 <<http://en.wikipedia.org/wiki/Biblioburro>>. Hamilton Masha, *La biblioteca sul cammello*, 2009, Garzanti Libri.

strumento di formazione ai diritti e alla diversità¹⁸. Dalla lista dei libri disponibili si sceglie quello desiderato e poi si aspetta comodi in casa propria la consegna da parte della bibliotecaria in persona a cui chiedere informazioni e curiosità, con cui scambiare esperienze e giudizi. Il prestito dura mezz'ora, ma se la conversazione è interessante e non c'è nessuno in coda che aspetta, si può anche rinnovare (Ramonda 2011).

Forme ulteriori di promozione

Internet

Per spiegare i livelli piuttosto contenuti degli indici di lettura si fa spesso riferimento ai cambiamenti dell'ultimo decennio che hanno riguardato i consumi culturali soprattutto delle nuove generazioni. Il fenomeno più significativo è il web tant'è che, per la quota percentuale di ragazzi che usano il personal computer (che raggiunge i tre quarti della popolazione giovanile), sembrerebbe addirittura che Internet abbia sostituito il libro nelle loro preferenze. In realtà, dati alla mano, nello stesso periodo anche la lettura nel tempo libero è cresciuta, seppur in misura minore, passando da percentuali inferiori al 50% a quote superiori al 56% per la fascia 6-19 anni. Questo vuol dire che nuove forme di consumo si sono affiancate a quelle abituali, producendo un effetto aggiuntivo che arricchisce la “dieta mediatica” dei ragazzi interessati a diversi strumenti e ambienti di comunicazione. Per cui, se al momento della sua apparizione Internet ha dato l'impressione di conquistare la scena e gli interessi della maggioranza

18 <http://www.repubblica.it/2007/07/sezioni/spettacoli_e_cultura/biblioteche-viventi/biblioteche-viventi/biblioteche-viventi.html>.

dei consumatori, lasciando immaginare una nuova era di monopolio della comunicazione a danno degli altri strumenti, e il libro in particolare, ecco che superata questa fase della novità si viene a determinare un nuovo equilibrio, sicuramente diverso alla situazione precedente, ma in cui le diverse tecnologie si affiancano e convivono a vantaggio di un articolato universo di fruitori di conoscenza che possono avvalersi di una pluralità e di una complementarità di mezzi e codici di comunicazione. Così è stato per la fotografia, ad esempio, che non ha sostituito la pittura o per la televisione che non ha soppiantato le altre forme di intrattenimento e comunicazione.

Sotto questo aspetto Internet rappresenta una preziosa opportunità per la promozione della lettura. Non solo come fonte principale di informazione da cui si apprende dell'esistenza dell'ultimo libro letto, ma come sistema che ha permesso non solo di inventare nuove modalità di produzione e commercio di testi attraverso la rete ma anche di sperimentare servizi accessibili on line, connessioni e supporti hardware e software diversificati. In questa fase Internet assume un ruolo sempre più determinante: come archivio, come ambiente in cui si organizzano le stesse redazioni; e come (non) luogo dove i prodotti sono sempre presenti e accessibili, sfruttando le caratteristiche del testo digitale (multimedialità, ipertestualità, interattività). Il lettore nell'ambiente di rete è un tipo di consumatore ibrido che in un unico spazio fonde pratiche diverse di informazione: personalizzata, di intrattenimento, di comunicazione interpersonale, di transazioni economiche. Il processo di integrazione multimediale indotto dalla rete investe anche la distribuzione¹⁹. Intorno ai libri vengono offerti una serie di altri prodotti e di servizi online, divenendo frequente la consuetudine del

¹⁹ Soprattutto a partire da una "liberalizzazione" legislativa del 1999.

cd-rom allegato. Ma il fenomeno più rilevante riguarda certamente l'editoria elettronica: dal libro materiale il baricentro si sposta verso l'esperienza immateriale del web in cui il testo si offre come sistema interattivo di testi e servizi. Il trasferimento al formato digitale ha interessato inizialmente i libri da consultare, come dizionari ed enciclopedie, e prodotti multimediali che grazie alla combinazione di testi suoni e immagini si sono rivelati più gradevoli sotto l'aspetto estetico e più agevo sotto quello dell'apprendimento significativamente facilitato. Facilità ed economicità di consultazione e aggiornamento nonché l'enorme vantaggio della ricerca per parola, hanno indotto le riviste scientifiche ad affiancare alla versione cartacea una digitale per poi passare esclusivamente a quella online. Il fenomeno progressivamente si va estendendo anche alle monografie e, grazie alle opportunità offerte dalla rete, un notevole numero di titoli sono stati oggetto di digitalizzazione in Internet per il *print-on-demand*, cioè la stampa su richiesta, grazie alla maggiore disponibilità di banda larga e a tecnologie sempre meno costose. Questo della forma-libro a stampa affiancata dalla forma-oggetto digitale è un cambiamento culturale e sociale paragonabile solo alla diffusione della stampa fra il XV e il XVIII, ma con una velocità imparagonabile rispetto al passato. Il supporto per la lettura diventa immateriale, ricompare in forme sempre nuove, non viene più avvertito come entità definita e chiusa. Il testo ora rimane fluido e manipolabile e ciò pone sul piano normativo il problema della riproduzione o masterizzazione abusiva. Edizioni esaurite e introvabili saranno solo un lontano ricordo poiché gli editori che usano la stampa digitale saranno in grado di mettere in circolazione i volumi effettivamente richiesti dal mercato, con tirature calibrate, e senza gli sprechi che intasano i magazzini. È ormai avviato il passaggio alle forme vere e proprie dell'editoria in rete.

Riviste e quotidiani on-line, ma anche forme iniziali di editoria letteraria e scientifica sul web.

Questo vuol dire la morte del libro cartaceo? Probabilmente no! Quanto al piacere del testo, il libro fatto di carta stampata sembra resistere. Il vantaggio del testo in forma-libro è esattamente la sua "chiusura", che blocca il tempo permettendoci di fissare delle coordinate e distanziarci dalla nostra stessa esperienza estetica. Inoltre, fino a quando le tecnologie informatiche disponibili non soddisferanno ancora una forma adeguata di lettura, il libro nella sua forma specifica avrà vita ancora lunga. Anche se questo non implica la sua autonomia dalla rete, che è l'ambiente in cui il libro può materializzarsi e smaterializzarsi. Un segnale evidente di questo nuovo assetto è la biblioteca digitale costituita da Google con il patrimonio delle maggiori biblioteche mondiali. Alcuni osservatori teorizzano addirittura l'avvento di una "editoria senza editori", senza più i ruoli tradizionali di mediazione e di garanzia selettiva e qualitativa verso comunità di lettori. Ulteriori trasformazioni potrebbero interessare la marginalizzazione di alcuni comparti della filiera produttiva, come stampa e distribuzione, e la crescita di nuovi, come i motori di ricerca specializzati, la pubblicazione online e vendita in download o *print on demand* di testi o informazioni, i servizi di *ecommerce* librari e bibliografici, la rivalorizzazione del patrimonio di libri antico e fuori diritti delle biblioteche. Sul piano tecnologico, nel prossimo futuro, le innovazioni che si annunciano promettono una diversa "portabilità" dei testi e dei servizi editoriali, con evidenti conseguenze sull'industria editoriale, sulla lettura, sull'uso delle biblioteche, tutto a vantaggio di una maggiore diffusione delle opportunità di lettura sebbene in forme diverse da quella abituale. La progressiva e massiva diffusione di Internet se è vero che ha determinato un

calo nell'uso degli altri mezzi di comunicazione e della lettura della carta stampata nelle sue varie forme, ha avuto il merito di accostare al mondo dell'informazione, della comunicazione e della cultura in genere una quantità di persone che prima ne erano lontane.

La Tv

È alla televisione che normalmente si attribuisce la responsabilità di incidere negativamente sugli indici di lettura visto che assorbe la maggior parte del tempo libero trascorso in casa e esercita un forte potere di condizionamento sulle famiglie e in particolare sui giovani. Non abbiamo la controprova che in assenza della tv le persone ricorrerebbero ad altri strumenti di informazione ma è certo che quando la tv non esisteva e il libro era uno dei pochi passatempi cui potersi dedicare, sia i ragazzi che gli adulti leggevano molto meno di adesso. Indubbiamente alla tv vanno riconosciuti alcuni meriti: quello di aver contribuito allo sviluppo culturale del paese favorendo l'alfabetizzazione di massa e l'acquisizione di competenze linguistiche comuni tra gli italiani; ma anche quello di rappresentare l'unico "contatto" con il mondo per quelle persone, principalmente anziani e casalinghe, che vivono ai margini delle dinamiche sociali e conducono un'esistenza fatta di scarse relazioni. In quanto servizio pubblico, la televisione può esercitare una importante funzione di promozione della lettura come testimoniano i diversi programmi culturali e di approfondimento che vengono dedicati ai libri. La questione semmai riguarda la definizione delle fasce orarie di programmazione all'interno dei palinsesti televisivi e l'opportunità di coinvolgere il grande pubblico visto che la grande parte di queste trasmissioni sono collocate negli orari di programmazione notturna raccogliendo livelli piuttosto bassi di ascolto. In

ogni caso la tv costituisce una fondamentale vetrina per la promozione di un libro e della lettura in genere. Infatti, al di là delle recensioni critiche, delle interviste all'autore, alla segnalazione legata ad un articolo su un tema di attualità, che sono le formule utilizzate sulla carta stampata che per ragioni di spazio e di costi sono appannaggio dei gruppi editoriali più potenti e non sempre legati al valore dell'opera, significativo è il contributo che in termini di marketing la televisione può offrire per far conoscere un libro e dare notizie sul suo contenuto. Ad esempio, inserendo nei telegiornali rubriche che parlano di libri (come *Focus libri* del TG1) oppure con trasmissioni specificatamente dedicate ai libri e alla promozione della lettura (*Per un pugno di libri* o *Parla con me* su Rai 3). Maggiormente significativa l'idea di passaggi promozionali all'interno di trasmissioni generaliste dove l'impatto della notizia ha un'eco fortissima. Andando in onda in fasce orarie di massimo ascolto, programmi come *Che tempo che fa* costituiscono un'indubbia spinta all'acquisto del libro presentato dall'autore che è stato ospite della puntata.

Festival e premi letterari

Negli ultimi anni di festival, o più in generale di manifestazioni culturali incentrate sui libri, se contano tanti e con livelli di partecipazione abbastanza sorprendenti considerate le tematiche affrontate che apparentemente, per l'elevata specificità della trattazione disciplinare²⁰, dovrebbero essere frequentati da una ristretta elite di cultori. Personalità di rilievo internazionale, addetti ai lavori e operatori professionali, ma soprattutto un vasto pubblico di semplici appassionati e curiosi visitano

20 <<http://www.festivaldellamente.it/>>, <<http://www.festivalfilosofia.it/2011/>>, <<http://www.festivaletteratura.it/>>.

ogni anno, ad esempio, gli stand del Salone del libro di Torino²¹, manifestazione che con le sue 315.000 presenze può essere considerata a buon diritto un evento di massa, assumendo ormai una dimensione internazionale e presentandosi come la maggiore iniziativa italiana nel campo dell'editoria. Sull'onda del successo di questa iniziativa sono nati nella regione piemontese altri eventi minori che comunque testimoniano la rivitalizzazione del settore librario e che probabilmente spiegano, almeno in parte, gli alti indici di lettura registrati in Piemonte che con i suoi 2 milioni di lettori è una delle regioni italiane in cui si legge di più (Solimine 2010). Sicuramente più affidabili e sufficientemente ampi a giustificarne l'impatto sui livelli di diffusione della lettura sono i dati relativi ai premi letterari la cui ricaduta positiva si evince dall'incremento delle vendite dei titoli finalisti. L'effetto mediatico e pubblicitario di questo genere di manifestazioni, accompagnate normalmente da una diretta televisiva e dai molti articoli sulla stampa quotidiana, è di una portata tale da coinvolgere un pubblico molto più vasto di quello ristretto degli appassionati. Caso emblematico è il Premio Strega, certamente il più prestigioso dei premi italiani nel campo editoriale, che annovera tra i suoi protagonisti scrittori ed editori di primissimo piano. La spinta che un libro può ricevere dal fatto di essere esposto in vetrina come vincitore di un premio o la notorietà che deriva ad un autore per il solo fatto di essere entrato nel gruppo dei finalisti è di indubbia rilevanza, come mostrano le classifiche di vendita successive alle ultime edizioni²², attirando l'attenzione dei lettori molto di più degli altri titoli.

21 <<http://www.salonelibro.it/>>.

22 Nel 2002 *Non ti muovere* di Mazzantini, che aveva già venduto 30.000 copie, dopo l'assegnazione del premio balzò in pochi mesi a quota 400.000. Ugualmente, nel 2008 *La solitudine dei numeri primi* di Giordano passò dalle 120.000 copie vendute prima di vincere lo Strega al milione entro la fine dell'anno (Solimine 2010).

Conclusioni

Secondo la “Carta del lettore”²³, elaborata in ambito Unesco, i libri rivestono un’importanza fondamentale nella trasmissione della conoscenza e nella comunicazione delle idee. Il documento del 1992 afferma la convinzione che la lettura favorisca lo sviluppo più completo del pensiero e la partecipazione sociale del cittadino, che la lettura sia in definitiva un diritto universale. L’esigenza di promuovere la lettura deriva dunque dalla convinzione che essa esercita un influsso sulla vita sotto numerosi aspetti. Dal punto di vista culturale e scientifico la lettura di qualunque testo stampato è la chiave del nostro patrimonio scientifico e favorisce l’interesse verso le altre culture. Ma la capacità di leggere costituisce anche un prerequisito essenziale per una piena partecipazione nella società moderna e un contributo chiave al successo economico. Inoltre, sotto il profilo democratico, rappresenta lo strumento più efficace per garantire nella società il pluralismo delle opinioni e un elemento essenziale della capacità critica dell’individuo. Infine, la lettura è anche una buona attività ricreativa che mantiene attiva la mente, consente di approfondire una propria vita interiore e favorisce lo sviluppo delle capacità immaginative.

Della rilevanza strategica di questa pratica se ne sta prendendo coscienza anche a livello governativo dove, al di là di tentativi più o meno riusciti di campagne promozionali²⁴, l’elaborazione e la cura di politiche per lo sviluppo della lettura e dell’editoria sono state affidate al “Centro per il libro e la lettura”²⁵. Sostenere le iniziative di diffusione del libro e della

23 La Carta del lettore: un manifesto internazionale, "Biblioteche oggi", 11 (1993)

24 Come ad esempio quella del “Passaparola: leggere è il cibo della mente”, recentemente promossa dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri.

25 <<http://www.cepell.it>>.

lettura promosse da biblioteche, scuole e istituzioni; realizzare campagne informative e progetti di sensibilizzazione; presenziare a fiere, manifestazioni ed eventi nazionali e internazionali, sono i principali compiti di questo organismo costituito nel 2010 e deputato ad agire in questi settori d'intesa con le diverse istituzioni e associazioni professionali. Si tratta per lo più di competenze e attività a carattere promozionale, mentre risultano completamente assenti gli interventi strutturali di sostegno alla filiera del libro come l'erogazione di borse di scrittura per autori, borse di soggiorno per traduttori stranieri, la concessione di prestiti a tasso zero per lo sviluppo dell'editoria indipendente e per l'apertura di nuove librerie, iniziative legislative, di cui invece si occupano concretamente analoghi organismi esistenti all'estero²⁶.

È convincimento diffuso che la lettura sia una leva dello sviluppo, una variabile fondamentale del ritmo di crescita di un paese, come rivelano molti studi che mettono in evidenza le conseguenze economiche positive prodotte dall'investimento culturale: chi legge di più riesce più facilmente ad incrementare le proprie conoscenze tecniche ed abilità da cui trae vantaggio il sistema produttivo. Ma soprattutto la lettura è un efficace ed insostituibile strumento per affinare il proprio senso critico: solo comprendendo appieno i messaggi che ha di fronte ciascuno è in grado di esercitare la propria libertà.

Questa breve rassegna evidenzia che per dare concreta attuazione ad una efficace politica di promozione della lettura quale risorsa strategica nel processo di crescita del capitale umano e dello sviluppo economico è necessario mobilitare le tante energie che i diversi attori della comunità del libro possono esprimere, avendo consapevolezza che certi risultati si

26 Il Centre National di Livre in Francia, ad esempio
<<http://www.centrenationaldulivre.fr>>.

ottengono con un'azione sistemica, cioè intervenendo su più fronti, con strumenti variegati e coinvolgendo una pluralità di soggetti.

Bibliografia di riferimento

- Bertolo, Fabio Massimo - De Laurentiis, Rossano
2007 *Libro*, in Guerrini Mauro (a cura di). *Biblioteconomia : guida classificata*, Milano : Editrice Bibliografica.
- Cadioli, Alberto – Peresson, Giovanni
2007 *Le forme del libro : schede di cultura editoriale*, Napoli : Liguori.
- Cadioli, Alberto – Vigni, Giuliano
2004 *Storia dell'editoria italiana*, Milano : Editrice Bibliografica.
- Cesana, Roberta
2002 *Editori e librai nell'era digitale : dalla distribuzione tradizionale al commercio elettronico*, Milano : FrancoAngeli.
- Mistretta, Enrico
2006 *L'editoria : un'industria dell'artigianato*, Bologna : il Mulino.
- Ragone, Giovanni
2005 *L'editoria in Italia : storia e scenari per il xxi secolo*, Napoli : Liguori.
- Ramonda, Caterina
2011 *La biblioteca per ragazzi raccontata agli adulti*, Milano : Editrice Bibliografica.
- Roncaglia, Gino
2010 *La quarta rivoluzione : sei lezioni sul futuro del libro*, Roma-Bari : Laterza.
- Solimine, Giovanni
2010 *L'Italia che legge*, Roma-Bari : Laterza.
- Vitiello, Giuseppe
2009 *Il libro contemporaneo*, Milano : Editrice Bibliografica.

Indice generale

| | |
|--|----|
| La lettura in cifre..... | 2 |
| I fattori sociali e ambientali..... | 3 |
| L'ambiente familiare..... | 5 |
| L'ambito scolastico..... | 6 |
| Il contesto territoriale..... | 8 |
| Le iniziative editoriali..... | 10 |
| Le iniziative nella biblioteca..... | 13 |
| Laboratori di lettura..... | 14 |
| Incontri con l'autore..... | 16 |
| I giochi..... | 16 |
| Le iniziative della biblioteca..... | 17 |
| Le opportunità del web..... | 18 |
| La cura dell'ambiente..... | 20 |
| Attenuare il deficit infrastrutturale..... | 21 |
| La biblioteca itinerante..... | 23 |
| Forme ulteriori di promozione..... | 24 |
| Internet | 24 |
| La Tv..... | 28 |
| Festival e premi letterari..... | 29 |
| Conclusioni..... | 31 |
| Bibliografia di riferimento..... | 34 |