

Cambiare per leggere

Una rassegna internazionale di recenti pubblicazioni sulla promozione della lettura

di Luca Ferrieri

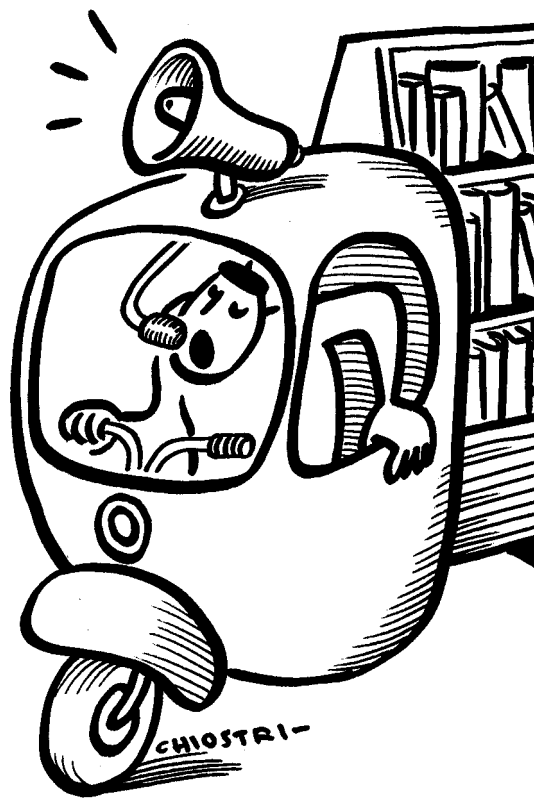
Se nel precedente articolo (*Leggere per cambiare*, "Biblioteche oggi", 19, 2001, 1, p. 4-10) ho cercato di fornire alcune piste bibliografiche e alcune chiavi interpretative sulla lettura dal punto di vista *teorico*, in questo, che ne rappresenta il seguito o forse il *rovescio*, proverò a farlo soprattutto dal lato pratico, occupandomi principalmente della *promozione della lettura*, sulla cui natura pratica, anzi di prassi al quadrato, non sembra possibile nutrire dubbi. Già la lettura, infatti, è da ascrivere al campo della ragion pratica (essendo prassi comunicativa); la promozione può essere vista a questo punto come *prassi di prassi*, come prassi elevata a potenza. Questa "natura originaria" della promozione fa sì che molti dei libri che di essa si occupano assumano un punto di vista dichiaratamente pragmatico. Come dice Christian Poslaniec, in un libro di qualche anno fa (*Donner le goût de lire*, Paris, Éditions du Sorbier, 1990), occorre partire dalla domanda "Che cosa posso fare, qui e ora?" piuttosto che da quella "Perché le cose stanno così?". Ciò non toglie che vi siano altri testi

sulla promozione della lettura (come *Faire/lire* di A.Viala e M.P. Schmitt, Paris, Les Éditions Didier, 1983) che partono proprio da una domanda definitoria e si arrovellano a lungo intorno al perché leggere senza per altro proporre molto da fare qui e ora.

Naturalmente la natura pratica della questione nulla toglie allo spessore teorico che le sta alle spalle e che in tutti i buoni e rari scritti sulla promozione non manca di far capolino. Uno dei problemi che la letteratura professionale sulla promozione pone è proprio quello della scarsità dei contributi e della riduzione delle tematiche a un ricettario, a un'elencazione spesso poco ragionata di attività e di esperienze. Nonostante qualche falsa partenza e i molti rischi sempre in agguato, mi pare che al cuore della promozione della lettura (almeno di quella che qui ci interessa) non possa che essere posto il pennacchiano rifiuto del *dogma* di leggere. Come sostiene ancora Poslaniec, la promozione (verace) non dice "Bisogna leggere", ma "Io leggo perché mi piace. Tu fai quello che vuoi".

Tra i principali problemi teorici

che subito si addensano intorno alle modalità della promozione, e che talvolta ne stringono la creatività in un circolo vizioso, vi sono allora quelli riguardanti il piacere dell'atto, la sua modalità, la sua temporalità, la sua socialità (la promozione sembra il più delle volte stendere un velo sulle componenti private, segrete, intime della lettura, su quella sua particolare socialità che può essere ritenuta asociale). O ancora quelli che ruotano intorno al destinatario, al *target* della promozione: non lettori, lettori "deboli" o lettori "forti"? Può essere utile a questo proposito citare un testo, forse un po' invecchiato, ma che può fornire ancora spunti interessanti: Joëlle Bahloul, *Lectures précaires. Étude sociologique sur les faibles lecteurs*, Paris, BPI-Centre Georges Pompidou, 1990. Quest'inchiesta mette a fuoco l'universo dei lettori "deboli" – con l'avvertenza che in seguito alla



grande distanza tra i livelli medi di lettura in Francia e in Italia, quelli che lì vengono chiamati lettori deboli (1-9 libri/anno) da noi sono i lettori *tout court*, i famigerati “lettori di almeno un libro” dell’Istat, e quelli che vengono chiamati lettori medi sono i nostri lettori “forti”... Al di là degli aspetti quantitativi, le problematiche sono però largamente comuni, e l’elemento più interessante del libro è che esso si muove in bilico tra uno scenario tradizionale e novecentesco, per cui i non lettori e i lettori deboli appaiono in gran parte il prodotto di un insufficiente sviluppo culturale, e quindi appaiono concentrati tra le classi meno scolarizzate della popolazione, e uno scenario “post-moderno”, in cui si verificano fenomeni di “non lettura di ritorno” da parte di ceti emergenti e di comando. L’autrice, quindi, si scosta dall’andamento eccessivamente lineare di certe analisi sociologiche

sulla lettura per mettere in luce fenomeni double-face: l’aumento dei lettori deboli può essere attribuito in parte alla diminuzione dei non lettori (quindi avrebbe un significato “progressivo”), in parte alla diminuzione dei livelli di lettura dei lettori “forti”.

Questa problematica non è affatto irrilevante per la promozione della lettura. La quale si trova oggi a fare i conti con frequenti spostamenti di fronte tra i destinatari e con le mutazioni in corso nella stessa pratica del leggere. Fenomeni come le anoressie e le latenze di lettura (che si producono spesso anche tra lettori abituali, colti, appassionati) o come la comparsa di letture migranti, interstiziali, opportunistiche (nel senso delle infezioni: approfittano delle immunodeficienze del sistema culturale) sconvolgono il quadretto semplificato e idilliaco custodito dalle vestali della lettura. La posizione prevalente negli scritti sulla promozione, ossia quella per cui la promozione si rivolge e si deve rivolgere soprattutto ai non lettori e ai lettori deboli,¹ appare messa in discussione innanzitutto dalla crisi e dalla fluidità di queste categorie sociologiche, testimoniata anche dall’apparire, nelle statistiche e nella vita di tutti i giorni, degli “orgogliosi di non leggere” e dei “lettori morbidi”. I primi² essendo gli alfieri di un sapere tecnico ed empirico che non ha bisogno di leggere e se ne vanta, e i secondi³ rappresentando la sfera di quelle persone che sono lettori senza saperlo, ossia che si ritengono non lettori essendo vittime di un perdurante pregiudizio culturale su ciò che è la lettura. Due fenomeni in parte simmetrici, prodotti da un corto circuito categoriale di grandi proporzioni. È chiaro che una promozione che voglia misurarsi con gli uni e con gli altri dovrà deporre molti degli abiti talari e caritatevolmente elargitori di cui a volte si è rivestita:

dovrà da un lato accettare la sfida (chiamando in causa quindi anche i lettori “forti”, facendo appello anche al loro, di orgoglio), e dall’altro inseguire la lettura sul terreno della sua mutazione, sia stanziale che concettuale (si legge sempre di più in movimento e si leggono sempre di più testi che non stanno nei libri).

Di tutta questa elaborazione non si trova molta traccia nei libri sulla promozione che sono stati pubblicati, anche recentemente. Ma si trova molto materiale utile per avviarla. Vale anche per questa seconda parte del percorso bibliografico quanto già dichiarato per la prima: saranno citati in buona parte libri stranieri perché la letteratura professionale e scientifica italiana in materia è in sensibile ritardo, nonostante il relativo aumento di pubblicazioni sull’argomento.

Una grande bipartizione geo-culturale (con punti, però, di imprevista convergenza) sembra tenere campo all’interno sia della bibliografia che delle esperienze pratiche di promozione della lettura organizzate nei vari paesi. Da un lato c’è l’area anglosassone, interessata alla promozione in situazioni di analfabetismo ormai (apparentemente) debellato e di storica presenza di grandi istituzioni culturali e bibliotecarie, che non si sono però quasi mai in passato occupate a fondo di promozione; dall’altro l’area ispanica e latinoamericana, e più in generale dei paesi in via di sviluppo, in cui l’accento della promozione tende a essere posto, o necessariamente a sconfinare, sull’alfabetizzazione, e in cui però biblioteche e altri organismi culturali, storicamente giovani o giovanissimi, mostrano una più accesa propensione verso le pratiche della promozione. Partiamo da un testo importante, che espone i risultati di un’indagine svolta in Gran Bretagna nel 1997 (Margaret Kinnell e Jennifer Shepherd, *Promoting reading* ➤



to adults in UK public libraries, London-Los Angeles, Taylor Graham Publishing, 1998).⁴ Il primo elemento da segnalare è la delimitazione di campo: per la prima volta viene portato alla ribalta il settore della promozione per adulti mentre in passato la promozione è sempre stata considerata faccenda da Sale ragazzi. Addirittura il piccolo riepilogo storico che Kinnell e Shepherd antepongono all'esame delle risultanze dell'inchiesta sembra indicare il campo della promozione degli adulti come il terreno decisivo di sviluppo delle biblioteche nei prossimi anni, dopo "l'età d'oro della letteratura per ragazzi" (anni Sessanta-Settanta), dopo il travaglio legato all'introduzione delle nuove tecnologie (anni Ottanta-Novanta), e dopo il sonno della bella promozione addormentata negli ultimi anni, anche in rapporto ai tagli occupazionali e alle difficoltà di bilancio. L'altro aspetto da mettere in evidenza è la fotografia di un quadro in rapido mutamento: la promozione ha sfondato decisamente gli argini dei distinguo e delle cautele professionali, tanto che il 91% dei bibliotecari intervistati ritiene che i programmi di promozione rappresentino una priorità importante per le biblioteche. È da rilevare la concordanza letterale (anzi numerica) con il risultato dell'inchiesta condotta nel 1993 tra le biblioteche italiane (di cui ho dato conto in *La promozione della lettura in biblioteca*, Milano, Editrice Bibliografica, 1996). Anche in questa inchiesta la percentuale di bibliotecari che riteneva la promozione della lettura un compito della biblioteca era del 91,6% – probabilmente sovradimensionata in seguito alla natura dell'inchiesta, che era appunto un'inchiesta sulla promozione della lettura, e temo che la stessa cosa si possa dire della ricerca inglese. A fronte di un'opinione favorevole che appare comunque quasi plebi-

scitaria stanno le percentuali più modeste, ma significative, delle biblioteche che si impegnano effettivamente su questo terreno. Solo il 31% delle biblioteche intervistate da Kinnell e Shepherd ha un programma di intervento in questo campo; "solo" il 30% ha un responsabile della promozione; "solo" il 10% ha postazioni di "consigli di lettura ai lettori" (postazioni da tenere ben distinte, almeno concettualmente, da quelle di reference, come è ribadito anche in questo lavoro). Sono cifre comunque sicuramente ben più alte di quelle nostrane. L'inchiesta poi tocca altri aspetti di grande rilievo, come il legame tra la promozione e la gestione delle collezioni, tra la promozione e il marketing del servizio, tra la promozione e la catena del commercio del libro (osservando tra l'altro come il collasso del Net Book Agreement,⁵ riducendo i margini di guadagno delle librerie, e la concomitante richiesta di maggiori sconti dei bibliotecari, comportarono una forte erosione del budget promozionale di editori e librai). Il libro di Kinnell e Shepherd, ma anche molti altri (ad esempio *Le temps de lire, un art de vivre*, [Québec], Gouvernement du Québec, Ministère de la culture et des communications, 1998) sottolineano continuamente l'esigenza che una efficace promozione sia accompagnata da una grande *cooperazione* tra i diversi "operatori" della catena del libro.⁶ Leggere, dopo quest'inchiesta, un libro come quello di Vincent Greaning, *Promoting reading in developing countries* (Newark, Delaware, International Reading Association, 1996), può produrre l'impressione di aver cambiato pianeta. Infatti siamo passati da livelli di analfabetismo dell'1,5% (sono quelli ufficialmente attribuiti ai paesi "sviluppati"), e ai livelli del 40,3% dell'Africa e del 45,9% dell'Asia meridionale (e anche questi sono dati

medi, visto che in Afghanistan l'analfabetismo è del 68% – 85% tra le donne – e in Burkina Faso è dell'81% – 91% tra le donne).⁷ Le esperienze di promozione della lettura citate in questo libro – solo in parte volute o organizzate da biblioteche – sono tutte, direttamente o indirettamente, impregnate di benemerita alfabetizzazione: dal Banco del libro venezuelano, nato come forma di scambio/baratto tra libri usati e libri nuovi, e poi evolutosi come capillare progetto di sostegno alla rete di biblioteche scolastiche, alla Escuela Nueva colombiana, ai messicani Rincones de lectura, ad altri "piani di lettura" in America Latina, alla strategia dei *book floods* in Africa e Asia, che consiste nell'immersione degli allievi in una grande quantità di libri e di storie illustrate con precisi riferimenti agli interessi e ai problemi delle popolazioni. Ci sarebbe qualcosa da dire, magari, sul residuo di colonialismo culturale presente in alcuni di questi programmi, ad esempio nei *book floods* rigorosamente in lingua inglese. Ma quello che appare più singolare è che, tranne eccezioni, il quadro promozionale non appare improntato, come potrebbe sembrare inevitabile, a una missionaristica crociata per l'alfabeto, a una compitante e compulsiva volontà pedagogica; al contrario, anche nelle condizioni più dure della fame di lettura, le parole chiave delle campagne promozionali sono quelle della motivazione, del piacere, del rischio. Se il colombiano Jurialba Hurtado (*La biblioteca y la promoción de la lectura*, Bogotá, Centro Regional para el Fomento del Libro in América Latina, 1981) sostiene che la biblioteca deve promuovere la lettura "perché i lettori sono la ragion d'essere dell'istituzione", il boliviano Gaby Vallejo intitola il suo libro sulla promozione *Leer: un placer escondido* (Bolivia, El Puente, 1994) e perfino il

militante testo ministeriale nicaraguense *Libro y lector* (Managua, La Ocarina, 1987), in cui il libro è soprattutto visto come strumento di sviluppo sociale e di battaglia politica, si concede alcune pagine meno ortodosse sui comportamenti di lettura.⁸ Ma da questo punto di vista la testimonianza più significativa è quella zapatista. A Guadalupe Tepeyac, dopo la “seconda dichiarazione della Selva Lacandona”, tutta incentrata sul valore della parola, l'EZLN fonda la biblioteca spiraliforme di Aguascalientes, e dopo che questa viene rasa al suolo dall'esercito messicano, replica con la creazione di altre “quattro biblioteche di Aguascalientes”. Una sfida all'ultima biblioteca. Nel marzo 2001 il discorso della Comandancia zapatista all'Università Metropolitana di Città del Messico è interamente centrato sui libri, sulle loro persecuzioni e sui loro silenzi, non senza aver annoverato tra gli strumenti di clausura anche quelle “schede segnaletiche” che li tengono prigionieri degli scaffali, ignorando che “i libri possono essere classificati solo dai loro voli”.⁹ Non ricordo altro movimento rivoluzionario che abbia dedicato tanta attenzione al problema della liberazione dei libri dagli scaffali. La “bipartizione” culturale tra nord e sud del mondo, pur molto netta per quanto riguarda le modalità e le strategie della promozione, non sembra implicare il ricorso ad armamentari teorici molto distanti. È come se, in un mondo sempre più globale, anche le esperienze in ambiti “arretrati”, con obiettivi di “sopravvivenza” della lettura, avessero fatto tesoro di quelle avanzate, respirassero la stessa aria. È come se non ci fosse più nessuna “legge degli stadi di sviluppo culturale” ad imporre deterministicamente il passaggio attraverso la fase della distribuzione di alfabeti in pillole cantilenanti, prima di potersi porre l'obiettivo “avanzato” del

godimento del testo. È come se i fantasmi barthesiani del piacere del leggere si sovrapponevano quasi senza sforzo al sottofondo indicato da Paulo Freire: “la lettura della parola è sempre una lettura del mondo” (Paulo Freire, *La importancia de leer y el proceso de liberación*, Coyoacán, México, Siglo veintiuno Editores, 12^a, 1998).

A testimoniare questo esito meticcio sta anche la promozione “interculturale”, ossia quella che sceglie di lavorare proprio sulle zone di confine, per favorire l'innesto e la contaminazione tra culture diverse. Un testo di indubbia utilità in questo senso è *Against borders. Promoting book for a multi-cultural world*, di Hazel Rochman, Chicago and London, American Library Association, 1993, che si presenta come un percorso bibliografico ragionato e commentato contro tutti gli stereotipi, compresi quelli del “politicamente corretto”, con cui polemizza e ironizza la introduzione. Si pensa spesso che una promozione interculturale debba essere rivolta soprattutto agli “autoctoni”, ai presunti originari, a coloro che si trincerano dietro le consolatorie paratie della propria cultura per evitare di affrontare e di conoscere ciò che è diverso. Ma altrettanto essa deve dirigersi verso le comunità dei migranti – e ce lo raccontano Michèle Petit, Chantal Balley e Raymond Ladrefroux in *De la bibliothèque au droit de cité*, Paris, BPI/Centre Georges Pompidou, 1997 – quando esse vivono la lettura, soprattutto se in una lingua straniera, come un pericoloso attentato alla propria integrità religiosa ed etnica.

Alle spalle di ogni iniziativa di promozione vi è un serpeggiante dibattito che riaffiora in molti testi sulla “formazione” del lettore (è un dibattito che vale anche per la promozione tra gli adulti, per i quali la creazione dell'ecosistema riproduttivo è ancora più importante).

“Formare lettori è qualcosa di molto diverso da insegnare a leggere”, dice Esther Jacob, *Como formar lectores*, Buenos Aires, Editorial Troquel, 1991. Ma probabilmente è qualcosa di diverso anche dalla promozione ruotante intorno all'atto puntuale di leggere e che in questo si esaurisce (la promozione “spettacolo”, la promozione occasionale). Il tema della formazione del lettore chiama al pettine tutti i nodi del rapporto tra educazione e promozione. È vero che la promozione – almeno quella messa in campo dalla biblioteca pubblica – dovrebbe guardarsi da ogni forma di pedagogismo, destinato non solo a far rientrare dalla finestra l'obbligatorietà cacciata dalla porta, ma a stendere un sospetto di strumentalità e di subalternità su tutta la sua azione. D'altra parte è molto difficile liberare il concetto di formazione (che andrebbe inteso in senso tecnico, culturale, o anche bio-ecologico, come modalità riproduttiva della “specie” dei lettori) dalle sue incrostazioni pedagogizzanti. La letteratura in argomento rischia quindi continuamente la deriva parascolastica e le pagine sulla formazione del lettore tendono a riempirsi di esercizi (come nel caso del libro della Jacob) o di dispute psico-pedagogiche (è il caso di Gerard Chauveau, *Come il bambino diviene lettore*, Roma, Armando, 2000). Leggermente diversa la strada abbozzata dal messicano Felipe Garrido in *El buen lector se hace, no nace*, México, Ariel, 1999, che punta soprattutto sul “contagio” e su una strategia che egli definisce “aggressiva”, volta a smascherare i falsi lettori che si contrabbandano per tali e che spingono a un'emulazione insipida delle letture piuttosto che a una loro disseminazione epidemica.¹⁰

Le maggiori difficoltà sulla strada della formazione del lettore sono quelle individuate da Michèle Petit in *Nuevos acercamientos a los* ➤

jovenes y a la lectura, México, Fondo de Cultura Económica, 1999 (l'autrice è un'antropologa francese, ma il libro è stato pubblicato in Messico in quanto derivante da un ciclo di conferenze ivi tenutesi). Michèle Petit, in particolare, punta il dito su una sorta di terrore incrociato che impedisce alla lettura di diffondersi tra le giovani generazioni: il terrore che il potere prova nei confronti della lettura silenziosa, la paura che "le righe si mettano in movimento", e, sull'altro versante, il timore e il rifiuto dell'interiorità, di rimanere soli con un libro, che colpisce i potenziali lettori. Alla domanda "come si diventa lettori" Michèle Petit risponde più che altro con alcune indicazioni negative, volte a "smontare" alcune certezze deterministiche (ad esempio quelle che attribuiscono alla classe sociale d'origine la vocazione alla lettura), e con una forte sottolineatura del ruolo degli iniziatori e dei "mediatori", e tra questi dei bibliotecari, purché siano capaci di mettere in campo "relazioni personalizzate", di esprimere "ospitalità" e di "gettare ponti" verso altre culture.

Nella parte finale di questo articolo passerò in rassegna alcuni contributi che si occupano di aspetti specifici della promozione, fornendo indicazioni e suggerimenti bibliografici. In particolare mi occuperò di tre grandi filoni: l'*animazione*, il *consiglio di lettura* e il *gruppo di lettura*.

Quando si parla di animazione della lettura, la prima difficoltà è capire di cosa si parla. Perché il termine ha una valenza generale, in cui è un quasi sinonimo di promozione, e una molto specifica, che fa riferimento a tecniche e modalità ludiche, soprattutto orali, mimiche e teatrali per "propagare il piacere di leggere". Nella prima accezione ne parlano, ad esempio, Angelina Delgado e Cristóbal Guerrero in *Experiencia en la frontera:*

animación a la lectura en una biblioteca pública municipal, in *Leer en plural*, Salamanca, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2000. Per loro l'animazione coincide con la *mission* bibliotecaria in quanto tale ("nella biblioteca pubblica o tutto anima a leggere o nessuno sforzo serve a nulla") sia pure in una sua "condizione limite" che va "rivendicata". Lo spirito di frontiera è l'anima dell'animazione sia in senso metaforico che letterale. Ma altri testi avvicinano l'animazione in modo molto più specifico. In *Hábitos lectores y animación a la lectura* (Cuenca, Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 1996) le diverse varietà di animazione vengono comunque ri-

condotte a una modalità di promozione fondata sul gioco e sulla lettura *attiva*. In questo senso Mercedes Sarto (*La animación a la lectura*, Madrid, SM, 1988; in traduzione italiana *Voglia di leggere*, Casale Monferrato, Piemme, 1993) distingue la "vera" animazione dalle tante "attività culturali" che si possono svolgere intorno al libro. L'autrice offre una sorta di ricettario per le attività di animazione, tuttora utile previa rielaborazioni e personalizzazioni, così come tanti spunti pratici li offre *Animación a la lectura. ¿Cuántos cuentos cuentas tú?*, a cura di Carmen Domech, Nieves Martín Rogero, Ma. Cruz Delgado Almansa, Madrid, Editorial Popular, 2ª ed., 1996. Questo ultimo testo si



richiama al filone “narrativo” dell’animazione alla lettura che nei paesi latinoamericani ha dato vita all’attività dei *cuéntacuentos*”, affabulatori e narratori di storie, e in Spagna ha portato al celebre “Maratón de cuentos” organizzato da Blanca Calvo e dalla biblioteca di Guadalajara.¹¹

A proposito di ricettari dovremo citare alcuni testi che si richiamano alle possibili applicazioni della “biblioterapia”, di cui abbiamo già parlato, da un punto di vista teorico, nella prima puntata di questo percorso bibliografico. Il terreno confina strettamente con quello dell’animazione, perché utilizza ingredienti comuni: le “storie”. L’uso terapeutico della letteratura e della lettura non è sicuramente cosa nuova, anche se molto spesso è passato sotto silenzio. Di nuovo c’è, se mai, la tematizzazione esplicita e il ricorso pratico, farmacologico, anche fuori dalla tutela psicanalitica, che si è sempre abbondantemente servita dello strumento. Vi sono alcuni testi tradotti in italiano che fanno riferimento a questa possibilità. Ad esempio Daniel Taylor, *Le storie ci prendono per mano. L’arte della narrazione per curare la psiche*, Milano, Frassinelli, 1999.¹² Quel che in Taylor è inteso in senso molto lato e molto oralizzato diviene un repertorio molto più preciso e più “letto” in Jacqueline Cahen e Marie-Rose Lefèvre, *Les maux par les mots. Guide de lectures thérapeutiques*, Paris, Mercure de France, 1989. Qui per ogni “malattia” è prevista una lettura di brani brevi, e il meccanismo associativo, quindi terapeutico, sembrerebbe essere, nella maggior parte dei casi, la similitudine (*similia similibus curantur*) e l’accentuazione paradossale. Jacqueline Stanley, in *Reading to heal* (Boston, Element Books, 1999) associa a ogni sindrome e sintomo la prescrizione di liste di titoli, sia di fiction che di non fiction. L’impres-

sione è che qualcosa si perda per strada, nel passaggio dalla teoria alla pratica, e quel che pareva affascinante e risanante come concetto rischia di farsi meccanicistico e banale nelle prescrizioni. D’altra parte, se la crediamo una strada percorribile (senza sopravvalutarla, per favore), occorre anche sporcarsi le mani con le ricette e queste sono la parte più difficile, anche perché la “disciplina” è proprio agli inizi e quindi possiamo attribuire molti limiti alla sua gioventù. Intanto possiamo dare un’occhiata a quei siti di biblioteche americane che hanno allestito il loro bravo help desk biblioterapico: ad esempio la biblioteca di Hamilton, <<http://www.hpl.hamilton.on.ca/children/parents.shtml>>, la biblioteca di Eugene nell’Oregon, <<http://www.ci.eugene.or.us/Library/staffref/therapy.htm>>, la biblioteca di Logan nello Utah, <<http://www.logan.lib.ut.us/booklist/children/index.htm>>, quelle dell’Ontario, <<http://www.ci.eugene.or.us/Library/staffref/therapy.htm>> e molte altre. Oppure possiamo accostare, per contrasto, l’ampia cavalcata attraverso pagine su libri e lettura organizzata da Mauro Giancaspro, *Leggere nuoce gravemente alla salute*, Napoli, L’Ancora, 2001. Con il che la biblioterapia è servita.¹³

La difficoltà di tradurre in pratiche utili e intelligenti alcune importanti intuizioni teoriche è ancora più evidente nel campo, assolutamente impervio, del *consiglio di lettura*. Che esso faccia parte, a buon diritto, della promozione è, anche se contraddittoriamente, ormai acquisito. Ma per esercitarlo con un minimo di cognizione di causa manca quasi tutto: il luogo (dispensare un consiglio di lettura da un banchone di prestito è ancora più arduo che azzardare una diagnosi da uno scranno di farmacia alla presenza di decine di curiosi), il tempo (qualche pillola la si può infilare

anche nel monosillabico colloquio che accompagna lo scambio del libro, ma la sua concentrazione temporale comporta spesso anche una riduzione dell’orizzonte) e soprattutto mancano gli strumenti. In Italia non esistono o scarseggiano quei repertori che esistono negli Stati Uniti come *Great books for every book lover* di Thoms Craughwell (New York, Black Dog & Leventhal Publishers, 1998) o *What to read* di Mickey Pearlman (New York, Harper Perennial, 1999) o *About the author* di Alfred e Emily Glossbrenner (New York, Cader Books, 2000), ossia quei discutibili e deliziosi elenchi di romanzi divisi per genere, argomento e sottoargomento, corredati di abstract, tracce e altri illuminanti particolari, come ad esempio la divisione della letteratura rosa in *pre-consummation* e *post-consummation* novels.¹⁴ Un libro che può offrire qualche spunto anche al retroterra e retrogusto del consiglio è Rachel Van Riel e Olive Fowler, in *Opening the book. Finding a good read*, Leeds, Peepal Tree Press, 1996. L’organizzazione Opening the Book sostiene una promozione centrata sul lettore e invita quindi prima di tutto a “definire se stessi come lettori” per mettersi in grado di accettare i “rischi” della lettura e della scelta. Il consiglio dovrà dunque non solo e non tanto attrezzarsi contenutisticamente, ma disegnarsi sulle caratteristiche e sui bisogni del lettore che si ha di fronte. Con strategie morbide, per tentativi ed errori, pronte a non drammatizzare e a sopravvivere al fallimento del consiglio di lettura, che è un esito comune alla stragrande maggioranza dei consigli che si pongono l’inarrivabile obiettivo ranganathiano del libro giusto per il lettore giusto. Le letture fallite rischiano di colpevolizzare il lettore (che tende a dar la colpa alla propria inadeguatezza) e il consigliere. “Se sbagli una pietanza del menu non ti senti ➤

frustrato e inadeguato”, sostengono gli autori, e lo stesso deve valere per i menu di lettura. Del resto è proprio l'enfasi contenutistica, la volontà di costruire il libro su misura, a preconstituire l'insuccesso, senza rendersi conto che è nella *relazione tra lettori* che trova senso il consiglio. In qualche modo andrebbero esplorate anche possibilità repertoriali basate su altre caratteristiche della lettura, come quelle spaziali o temporali: proposte di libri che si prestino alla lettura a letto, in bagno, all'aria aperta, oppure alla lettura intervallare, interstiziale, pendolare, ecc.¹⁵

La pratica dei *gruppi di lettura* – di cui poco o nulla e comunque male si parla in Italia – è letteralmente esplosa negli ultimi anni nei paesi anglosassoni. Si tratta di una realtà che conta in Inghilterra 50.000 gruppi e in America 500.000 (sono le stime di Jeanny Hartley, *Reading groups*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2001), con un seguito valutato in milioni di persone. Non a caso – sebbene sia spesso difficile rintracciare un comune denominatore tra i vari gruppi – qualcuno parla di *movimento* dei book group. La saggistica straniera è ormai ricca di molti titoli sull'argomento, alcuni dichiaratamente divulgativi (tra questi spiccano i numerosi manuali su “come divenire leader di un book group”), altri più approfonditi, anche se scarseggiano i testi di analisi scientifica, sociologica e, perché no, biblioteconomica, sull'argomento. Il libro di Hartley è particolarmente utile perché è il risultato di un'inchiesta condotta tra circa 350 gruppi, soprattutto inglesi. Molto importanti, per avvicinare il fenomeno, anche quelli di Ellen Slezak, *The book group book*, Chicago, Chicago University Press, 3^a ed., 2000, e Rachel W. Jacobsohn, *The reading group handbook*, New York, Hyperion, 1998. Di stampo più concreto e divulgativo i testi di

Patrich Sauer (*The complete idiot's guide to starting a reading group*, Indianapolis, Alpha Books, 2000) e Marcia Finaman, *Talking about books*, Rockville, Talking About Books, 1998.¹⁶

Per arrivare alle dimensioni attuali, il fenomeno dei gruppi di lettura in Inghilterra e, soprattutto, in America, ha richiesto almeno una decina d'anni di incubazione.¹⁷ Per la verità, come ricordano tutti i libri che si occupano del caso, i reading group hanno antenati molto illustri e affondano le radici nella ricca storia delle società letterarie: la Bristol Friendly Reading Society è nata nel 1799, la London Browning Society (fondata da Bernard Shaw) nel 1881, ecc. Dopodiché la vicenda degli attuali reading group c'entra poco nulla con queste origini, visto che le società letterarie erano club molto esclusivi e maschili e i gruppi di lettura di oggi sono piuttosto espressione, talvolta anche risentita, del cosiddetto *lettore comune* (quello che, come dice Hartley, veniva “terrorizzato” dalle società letterarie) e sono a grande maggioranza femminile, e addirittura, nel 69% dei casi, composti da “sole donne” (dati riportati sempre da Hartley). E se i membri del Marcel Proust Support Group di San Francisco sono impegnati a leggere dieci pagine a seduta (per due volte al mese), o i joyciani di Andrew Gibson a Londra hanno letto cinque capitoli dell'Ulisse in quattordici anni, in realtà i ritmi di deglutizione diffusi tra i book group sono molto più veloci e famelici: vi sono gruppi che leggono, discutono e divorano anche dieci romanzi l'anno. La diffusione dei gruppi di lettura è iniziata nei primi anni Novanta, ma solo verso la fine del decennio ha raggiunto la soglia di visibilità: ad essa hanno dato un contributo importante, soprattutto negli Stati Uniti (con il celebre talk show di Oprah Winfrey), la televi-

sione e i mass media; ma i book club non sono nati, come qualche volta si dice, *dalla* trasmissione di Oprah Winfrey.

Con queste sommarie righe vorrei sottolineare solo alcune cose: a) che il rapporto dei gruppi di lettura con la promozione è assai problematico, controverso e affascinante; b) che in ogni caso un fenomeno di così vaste proporzioni (all'estero) non può essere ignorato da chi si occupa di promozione della lettura (in Italia); c) che un'analisi critica delle esperienze straniere potrebbe portare a una diversa caratterizzazione di quelle italiane (le poche presenti e le più numerose, si spera, future) e quindi a un ruolo più incisivo delle biblioteche, che, anche nelle esperienze anglosassoni, è stato di basso profilo e di scarso impegno. Sono molte le critiche che, anche negli Stati Uniti, si sono levate contro il modello predominante di gruppo di lettura (si veda ad esempio Eileen Daspin, *The tyranny of the book group*, “Wall Street Journal”, 15-1-1999, o Stephanie Nolen, *Why I won't join the book club*, “Globe and Mail”, 21-6-1999): di essere teleguidato, teledipendente, trendy, condotto spesso da professionisti (ben pagati) dell'intrattenimento, o tutt'al più da esperti di dinamiche dei piccoli gruppi piuttosto che da esperti di libri, di essere familista (il manuale di Sauer ad esempio consiglia di partire dai membri della propria famiglia per cercare i compagni di book group, dimostrando una concezione della famiglia abbastanza ipocrita e irrealistica, e una concezione della lettura diuretica e surrogatoria).

I gruppi di lettura statunitensi sono stati ben presto fagocitati in un formidabile processo di industrializzazione: una rete di professionisti, coordinatori, consiglieri di letture, facilitatori, a disposizione dei club; sconti nelle catene librerie e nei ristoranti convenzionati; creazione di

newsletter e riviste dedicate; trasmissioni televisive, siti Internet, circoli sponsorizzati da testimonial famosi; tutto il triste e trito armamentario della cultura dello spettacolo si è buttato alla conquista di un nuovo "target". Tuttavia non è tanto importante il quadro sociale in cui un fenomeno di massa si iscrive, che è naturalmente quello di una società abbastanza devastata e schizofrenica come quella americana, quanto il fatto che a intercettare queste dinamiche sia stata stranamente la lettura. Già il fatto di parlare di un fenomeno di massa legato alla lettura ha qualcosa di sorprendente e perfino di blasfemo. E occorre ammettere che, con la loro semplice esistenza, al di là delle risposte che danno e dei risultati che raggiungono i gruppi di lettura pongono alcune istanze radicali: l'esigenza di "strappare la lettura

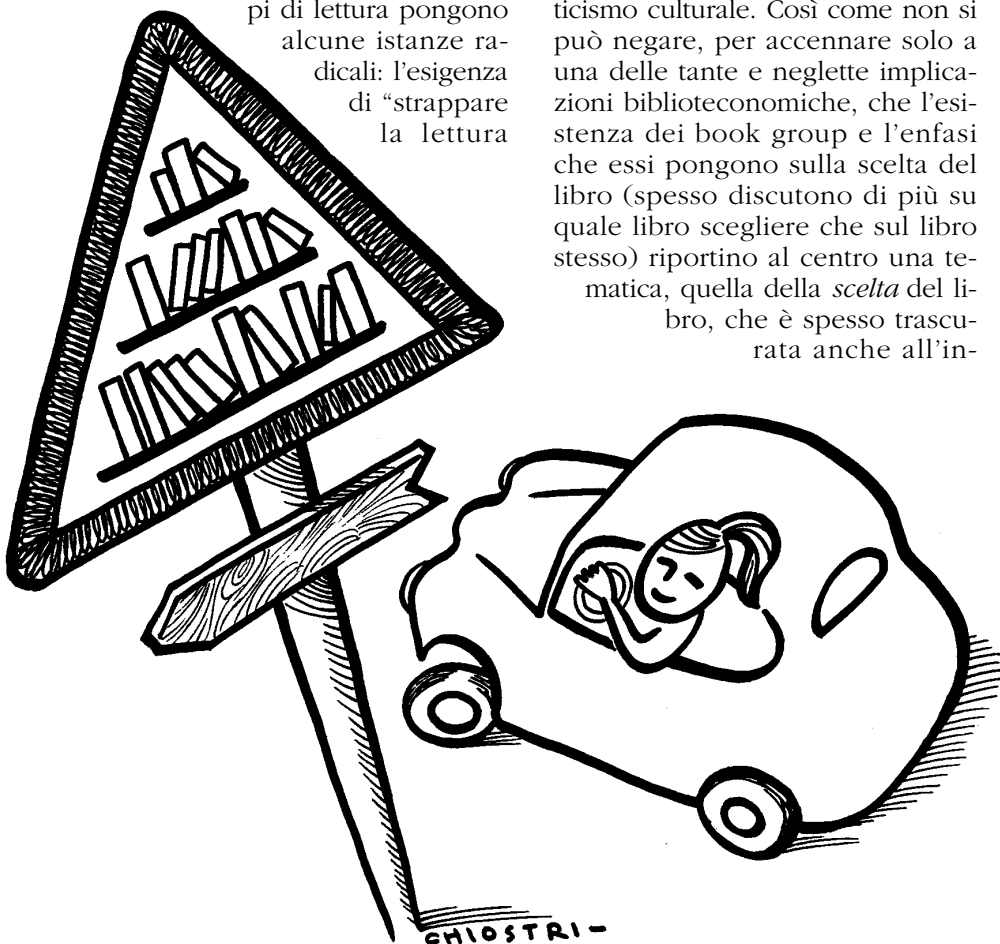
dalle mani degli esperti", la necessità di affinare, leggendo, la capacità di ascolto degli altri, la possibilità di utilizzare la lettura nella gestione dei conflitti, sociali e interpersonali. La rivendicazione di una democrazia letteraria – che si esprime formalisticamente nelle procedure certosine per la votazione dei libri da discutere o nei riti di passaparola durante la discussione – non è certamente nuova e in un quadro culturale come quello americano coincide largamente con i bisogni del consumo e del consumismo, come dimostrano in parte anche le scelte di lettura praticate.¹⁸ Tuttavia essa non può essere liquidata, soprattutto quando si pone in forme inedite, in nome del distacco che la miglior promozione della lettura ha segnato rispetto al populismo e al democraticismo culturale. Così come non si può negare, per accennare solo a una delle tante e neglette implicazioni biblioteconomiche, che l'esistenza dei book group e l'enfasi che essi pongono sulla scelta del libro (spesso discutono di più su quale libro scegliere che sul libro stesso) riportino al centro una tematica, quella della *scelta* del libro, che è spesso trascurata anche all'in-

terno degli studi che si occupano di gestione delle raccolte. C'è molto di nuovo, dunque, sul fronte occidentale. A tratti ancora incerti, viene disegnandosi una nuova frontiera della promozione, in cui il nord e il sud si capovolgono e le dure battaglie di alfabetizzazione si richiamano al piacere di leggere e al suo sovversivo privilegio. Le rocambolesche strategie di seduzione nate nelle Sale ragazzi invadono le austere sale di lettura di istituzioni pluri-centenarie. Mentre qualcuno preferisce occuparsi dei funerali della lettura, ci sono libri, ci sono parole, ci sono testi che tornano a circolare sottobanco, o sottomodem. Il tam-tam dei lettori è arrivato fino al cielo. Se ne accorgeranno le biblioteche e i bibliotecari? ■

Note

¹ Soprattutto nei testi sulla promozione di matrice o di ambientazione scolastica tale posizionamento è evidente. Il libro *Il vizio di leggere*, Napoli, Liguori, 2001, che documenta un importante progetto di promozione realizzato nelle scuole napoletane negli anni 1995-1999, fornisce, molto utilmente, delle verifiche statistiche, da cui si ricava come a seguito delle attività svolte siano aumentate notevolmente le percentuali di lettori deboli e medi, mentre siano quasi sempre rimaste al palo quelle dei lettori forti. Sulla promozione della lettura in un ambito di biblioteca scolastica cfr. SANDRA TASSI, *La lettura promossa. Pedagogia e didattica della lettura e della ricerca in biblioteca*, Milano, Unicopli, 2000. *Sai cosa faccio? Leggo*, a cura di Eugenio Pintore, Milano, Editrice Bibliografica 2000, è un volume che raccoglie i materiali di un convegno sulla promozione della lettura e anche la documentazione su alcune esperienze (Settimo Torinese, Reggio Emilia, Asti).

² Cfr. l'ormai arcinoto e arcicitato rapporto *Orgogliosi di non leggere mai un libro. Una ricerca motivazionale*, svolto da ASTRA per conto del-



l'AIPE-Associazione italiana piccoli editori, Milano, 1995.

³ PIERFRANCESCO ATTANASIO – ELISABETTA CARFAGNA, *La scoperta dei "lettori morbidi"*, "Tirature 99", Milano, Il Saggiatore, 1999, p. 194-203; *I lettori di libri in Italia*, Roma, ISTAT, 1998.

⁴ Sull'argomento si veda anche: *Promoting reading: the adult service dimension*, Somerset, Capital Planning Information, 1998.

⁵ Il Net Book Agreement, decaduto nel 1995, prevedeva un regime di prezzo fisso dei libri in libreria. La sua abolizione ha determinato la totale liberalizzazione del prezzo di vendita dei libri.

⁶ Altri libri utili, anche se non recentissimi, sulla promozione della lettura: GEORGE SULLIVAN, *A reason to read*, New York, Academy for Educational Development, 1976; *Books Change Lives. Reading promotion Campaign 1993-4*, Washington, Library of Congress, 1996; *La biblioteca: actividades de promoción del libro y extensión bibliotecaria y cultural*, Buenos Aires, Ediciones Colihue, [1995]; *La lettura come progetto. La pratica del leggere tra nuovi scenari e strategie di promozione*, a cura di Massimo Belotti, Milano, Editrice Bibliografica, 1997; *Nati per leggere. Un'idea per i bambini di Cesena: la promozione della lettura ad alta voce nelle famiglie*, Cesena, Wafra Litografia, 2000; *Pagine e voci. Promozione alla lettura registrazioni su audiocassetta relative all'anno 2000*, a cura di Francesca Mellone, Ferrara, Biblioteca Ariostea, 2000. Cfr. anche l'incontro "Promozione della lettura e dei servizi bibliotecari", Torino, AIB, 26-2-2000, atti parzialmente pubblicati all'URL <<http://www.aib.it/aib/sezioni/pmn/pmn.htm3>>.

⁷ Dati Unesco 2000 e 1995. Cfr. UNESCO, *Statistical yearbook 1999*, Paris, UNESCO, 1999. Dati consultabili al sito; <<http://unesco.org/en/stats/stats0.htm>>.

⁸ Potremmo ancora aggiungere l'argentina ADELA CASTRONOVO DE SENTIS, *Promoción de la lectura*, Buenos Aires, Ediciones Colihue, 1994, che polemizza abbondantemente con le forme di promozione adottate dalla scuola.

⁹ Il documento *Palabras del EZLN el día 20 de marzo del 2001 en la Universidad Autónoma Metropolitana*

Unidad Iztapalapa, come tutti gli altri testi zapatisti, è disponibile su Internet all'indirizzo <<http://www.ezln.org/marcha/20010320b.es.htm>>. Sull'argomento si veda anche *Zapatistas en bibliotecas*, a cura di Ramón Salaberría, "Educación y biblioteca", (2001), 122, aprile 2001, p. 6-19.

¹⁰ Cfr. anche: TERESA COLOMER, *La formación del lector literario*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1998.

¹¹ Sul Maratón cfr.: RAMÓN SALABERRÍA, *10 años de Maratón de cuentos* e BLANCA CALVO, *Cartas maratonianas a un mariachi*, "Educación y biblioteca", 13 (2001), 123, p.8-20. Tra i testi italiani (pochi) che hanno sfiorato la tematica dell'animazione, citiamo soprattutto EROS MIARI, *A che libro giochiamo*, Milano, Mondadori, 1999. Nella stessa collana sono apparsi anche VERA SIGHINOLFI, *Incontri con l'autore tra scuola e biblioteca*, Milano, Mondadori, 1999 (sull'esperienza degli "incontri con l'autore", cui in questo articolo non è possibile dedicare spazio) e PAOLA ZANNONER, *Come si costruisce un percorso di lettura*, Milano, Mondadori, 2000, oltre a RITA VALENTINO MERLETTI, *Leggere ad alta voce*, Milano, Mondadori, 2000, e IDEM, *Raccontar storie*, Milano, Mondadori, 1998. Ancora sull'animazione della lettura: LUIGI FERRARESSO, *Animazione alla lettura. Strategie, libri animati, carte per animare le letture, carte per inventare le storie*, Dolo, Fratelli Morelli, 1996; ANTONIO MANUEL FABREGAT, *El encuentro gozoso con los libros. Dinámicas de animación a la lectura*, Irala (Argentina), Editorial Cincel, 1993. Tra le iniziative di animazione diffuse all'estero, e in Italia poco conosciute, occorre citare anche i *summer library reading programs*, diffusi ormai nel 90% delle biblioteche statunitensi e consistenti in una serie di attività intorno al libro (principalmente rappresentazioni, proiezioni di video, *booktalks*) rivolte ai ragazzi che rimangono in città durante le vacanze estive e che si svolgono nella biblioteca pubblica. Cfr. CAROL D. FIORE, *Running summer library reading programs*, New York-London, Neal-Schuman Publishers, 1998.

¹² Il superamento della separazione tra il lettore e lo spettatore è per esempio l'obiettivo anche del teatro di narrazio-

ne (cfr. FABRIZIO FRASCHINI – ALESSANDRA GHIGLIONE, *Marco Baliani: racconti a teatro*, Firenze, Loggia de' Lanzi, 1998).

¹³ Si prestano ad applicazioni bibliotecarie anche gli annuari, le agende e i lunari del tipo di *Lunario dei giorni d'amore. 365 giorni di letture e di passione*, a cura di Guido Davico Bonino, Torino, Einaudi, 1998 (preceduto dal *Lunario dei giorni di quiete*, e seguito dal *Lunario di fine millennio...*). Cfr. anche ANNA OLIVERIO FERRARIS, *Una terapia tutta da sfogliare*, "Corriere della sera", 19-2-2001; ANDREA BOLOGNESI, *Biblioterapia*, <<http://www.naturaebenessere.it/bolognesi/biblioter.htm>>; JOSÉ LOUIS DE BLAS, *¿La cultura cura?* in *¿Dónde están los lectores? La contribución de la biblioteca pública frente a los procesos de exclusión*, Salamanca, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1998, p. 59-70; JOHN T. PARDECK, *Using books in clinical social work practice: a guide to bibliotherapy*, New York, Haworth Press, 1998; CLAUDIA E. CORNETT – CHARLES F. CORNETT, *Bibliotherapy: the right book at the right time*, Bloomington, Ind., Phi Delta Kappa Educational Foundation, 1980; RHEA JOYCE RUBIN, *Using bibliotherapy: a guide to theory and practice*, Phoenix, Ariz., Oryx Press, 1978; MIRIAM SCHULTHEIS, *A guidebook for bibliotherapy*, Glenview, Ill., Psychotechnics, 1972; BETH DOLL – CAROL DOLL, *Bibliotherapy with young people. Librarians and mental health professionals working together*, Libraries Unlimited, 1997. Una forma di biblioterapia è quella che lavora sulla bibliodipendenza, cercando di inocularla: JUAN ANTONIO ORTEGA DIAZ-AMBRONA, *Un testimonio: la lectura como adicción*, "El País", 28-5-2001; TOM RAABE, *Biblioholism: the literary addiction*, Golden, Fulcrum Pub, 2001. La biblioterapia è anche legata a esperienze di biblioteche ospedaliere: ma questa è un'altra storia.

¹⁴ Non è né un ennesimo sfizio classificatorio né un pruriginoso dettaglio per patiti del genere. Di fatto la distinzione individua due diversi tipi di lettori: quelli che si "fermano alle soglie della camera da letto", come è nel rosa *d'antan*, e che vogliono un lineare crescendo amoroso a lieto fine, evasione allo stato puro, e quelli che apprezzano l'intrigo, la difficoltà, le ten-

tazioni che succedono al coronamento e alla stabilizzazione amorosa. Ne parlano Rachel Van Riel e Olive Fowler in *Opening the book. Finding a good read*, Leeds, Peepal Tree Press, 1996, p. 41 e sg.

¹⁵ Cfr. STEVEN GILBAR, *Reading in bed*, Boston, Godine, 1995, che raccoglie in realtà una serie di saggi sulla lettura, ma può offrire qualche spunto. L'abitudine a premettere il tempo di lettura (presunto) ai documenti si sta diffondendo su Internet e su alcuni giornali. Qualche volta può essere un'indicazione utile, quando non esiste descrizione fisica del documento, ma più spesso, quando il documento è presente a un colpo d'occhio o a un clic, mi pare la riproposizione in farsa della tragedia della temporalità (finita) della lettura.

¹⁶ L'unico libro italiano a mia conoscenza che in qualche modo sfiora il tema è *Il libroforum* di Carla Romano (Milano, Edizioni Paoline, 1999); ma, in realtà, il libro si occupa di come discutere di libri in classe, ignora completamente non solo la bibliografia straniera

ma l'esistenza stessa dei gruppi di lettura all'estero, ed è quindi scarsamente utile al nostro argomento. Sui gruppi di lettura si veda anche: *Il tè, la simpatia e il piacere di leggere. In Inghilterra scoppia la moda dei club di amanti del libro. Quasi tutti femminili*, "Corriere della Sera", 126 (2001), 3-3-2001, oltre a quanto ne scrive qua e là ALBERT MANGUEL, *Una storia della lettura*, Milano, Mondadori, 1997. Cfr. poi NOE RICHTER, *Aux origines du club de lecture*, "Bulletin des bibliothèques de France", (1977), 4, p. 207-221; DAVID LASKIN – HOLLY HUGHES, *The reading group book. The complete guide to starting and sustaining a reading group, with annotated lists of 250 titles for provocative discussion*, New York, Plume, 1995; PHILIP PULLMAN, *Reading group guide to the subtle knife*, Random House, 1997.

¹⁷ Sicuramente diverse, da questo punto di vista, appaiono esperienze come quelle spagnole: più modeste nelle dimensioni ma forse più interessanti nei contenuti. Cfr. VILLARD ARELLANO YANGLAS, *El club de lectores: un instru-*

mento para socializar la lectura, "Educación y biblioteca", 7 (1995), 61; AGUSTINA ÁLVAREZ JULBES, *Tres años de clubes de lectura*, "Educación y biblioteca", 12 (2000), 116, p. 18-19; DANAI PERERA LÓPEZ, *Club Minerva: una experiencia de clubes de lectura en Cuba*, "Educación y biblioteca", 12 (2000), 117; *Primer encuentro de clubes de lectura de Gran Canaria*, "Correo Bibliotecario", 50, maggio 2001.

¹⁸ La top list dei gruppi di lettura mostra alcune coincidenze con quella dei best seller, ma anche alcune significative specificità, almeno in Inghilterra: si prediligono i luoghi lontani e i tempi passati, i libri al confine tra fiction e storia (cfr. J. HARTLEY, *op. cit.*, p. 45-71 e p. 162-169. E si legga anche: MICKY PEARLMAN, *What to read. The essential guide for reading group members and other book lovers*, New York, Harpercollins Publishers, 1999). Insomma quasi una dichiarazione di fuga, di cui sarebbe ora iniziare a prendere atto senza troppe connotazioni negative. L'arte della fuga e l'arte della lettura hanno molto in comune.