

OSSERVATORIO

La lettura in Catalogna: analisi dei dati sulle pratiche di lettura e delle campagne di promozione della lettura

di Maite Comalat Navarra e Mònica Baró Llambias

Introduzione

Parlare di lettura e della sua promozione implica, innanzitutto, stabilire un certo consenso sul significato di alcuni concetti elementari, come, ad esempio, cosa s'intende per lettura, che cos'è un lettore e quali abitudini di lettura si cerca di promuovere. A questo punto sorgono molteplici domande relative alla portata e al significato dei termini in questione: la lettura testuale può essere equiparata alla lettura dell'immagine? Si tratta di distinte tipologie testuali o, in fondo, consideriamo unicamente 'lettura' i testi letterari? Teniamo in considerazione la lettura con diversi formati e supporti? L'ascolto di un audiolibro può essere considerato leggere? È un lettore chi effettua una ricerca in internet una volta al mese o lo è di più chi legge un libro all'anno? È una lettrice chi legge soltanto una rivista di gossip quando va dal parrucchiere o è un lettore chi legge il giornale sportivo? Infine, dovremo specificare che cosa intendiamo per promozione della lettura e quali sono i suoi obiettivi: si tratta, semplicemente, di incrementare, complessivamente, le pratiche di lettura della popolazione oppure di provvedere a un miglioramento della comprensione di ciò che si legge, o all'acquisizione di un certo spirito critico dinanzi a quel che si legge? Si tratta di domande particolarmente rilevanti in un mondo in cui i messaggi scritti e visivi sono facilmente manipolabili, attraversano i confini con grande rapidità e perdono il contesto nel quale sono stati generati. Molto probabilmente, il passaggio dal modello di lettura analogica a quello digitale richiede una ridefinizione del concetto di lettura che incorpori tutte le modalità esistenti e, anche, una più profonda conoscenza della

MAITE COMALAT NAVARRA, Universitat de Barcelona, Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals, Barcellona, e-mail comalat@ub.edu.

MÓNICA BARÓ LLAMBIAS, Universitat de Barcelona, Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals, Barcellona, e-mail baro@ub.edu.

Ultima consultazione siti web: 10 giugno 2020.

Traduzione di Alberto Del Fabbro

AIB studi, vol. 60 n. 2 (maggio/agosto 2020), p. 361-383. DOI 10.2426/aibstudi-12217
ISSN: 2280-9112, E-ISSN: 2239-6152



lettura come pratica che, ogni giorno di più, è in competizione con una grande varietà di altri consumi culturali di grande attrattiva¹.

Non è questo lo spazio per indagare a fondo su questi temi ma, indubbiamente, l'analisi delle politiche di promozione della lettura in un determinato territorio richiede di tener in considerazione queste riflessioni. Per il nostro proposito, serve come quadro concettuale l'idea che la lettura «offre all'individuo gli strumenti necessari per acquisire un insieme di capacità di riflessione, analisi, impegno e concentrazione utili nel corso della vita e che contribuiranno direttamente al beneficio della società»². Così, quindi, la lettura va oltre il suo impatto nella sfera individuale e diventa una strategia di alto valore sociale e, pertanto, suscettibile di essere alimentata, incoraggiata e promossa con l'obiettivo di ottenere un ritorno difficilmente quantificabile in cifre, ma chiaramente positivo in termini di una società più ricca, costituita da individui critici che eserciteranno la loro cittadinanza in maniera ragionata e informata.

Per definire qualsiasi politica di lettura è indispensabile conoscere in modo approfondito quali siano le abitudini della popolazione, coloro che leggono, cosa leggono e perché leggono, ma anche coloro che non lo fanno e le loro ragioni. Naturalmente, gli studi demografici sulla lettura evidenziano diversi profili di lettori e di non lettori e, anche, motivazioni molto diverse nei confronti della lettura, il che implica che qualsiasi politica di promozione debba svilupparsi in ambiti differenti, da parte di diversi attori e con obiettivi diversi. Vedremo quindi piani di promozione della lettura, generalmente istituzionali, che cercano di reagire di fronte agli scarsi risultati ottenuti dai giovani catalani nelle valutazioni internazionali, campagne che intendono migliorare alcuni indicatori di lettura e che cercano di aumentare il tempo dedicato alla lettura o il numero di libri letti da parte della popolazione, così come analizzeremo le varie iniziative che si focalizzano su un segmento specifico di lettori cercando di favorire il miglioramento della comprensione del testo specialmente tra bambini e giovani provenienti da altre culture o con condizioni socioeconomiche sfavorevoli, e altre che si concentrano nell'acquisizione dell'abitudine alla lettura tra i più piccoli.

Con questi e altri scopi, istituzioni governative, enti culturali e piccole associazioni collaborano, in diverse aree territoriali, per incrementare la lettura nel paese. Nel caso della Catalogna, inoltre, c'è da ricordare che la promozione della lettura realizza anche un altro obiettivo, quello di consolidare la lingua catalana che, secondo l'opinione dei sociolinguisti, è seriamente minacciata dal gran peso esercitato da una lingua potente e universale come lo spagnolo.

Lettura, lettori e abitudini di lettura in Catalogna: indagini e risultati

Come abbiamo osservato, identificare le abitudini di lettura delle persone è indispensabile per migliorare la realtà. Così è essenziale conoscere le preferenze, le aspettative e, soprattutto, conoscere le ragioni e le argomentazioni dei non lettori, e se

¹ In relazione alle trasformazioni del concetto di lettura si veda *Anuario AC/E 2018 de cultura digital: tendencias digitales para la cultura: focus: el lector en la era digital*. Madrid: Acción Cultural Española, [2018], p. 110-190, <<https://www.accioncultural.es/media/DefaultFiles/flipbook/Anuario2018/anuario2018.html#p=1>>.

² Rosa Togores Martínez, *El valor de les biblioteques públiques en la societat: el cas de la Xarxa de Biblioteques Municipals*. Barcelona: Diputació de Barcelona, 2015, p. 12, <<https://www.diba.cat/documents/16060163/22275360/El+valor+de+les+biblioteques+p%3%BAbliques+en+la+societat+E-LIBRE.pdf>>.

possibile, mettere in moto la loro evoluzione nel tempo.

Nel caso della Catalogna, gli studi specifici sulla lettura sono abbastanza recenti e, al di là di alcune analisi parziali, la principale fonte di dati deriva dall'indagine *Hàbits de lectura i compra de llibres*, un rapporto annuale di riferimento per conoscere l'evoluzione della lettura in Catalogna che è stato avviato e realizzato, fino al 2013, dalle associazioni professionali degli editori e dei librai e che, a partire dal 2015, è effettuato dal Dipartimento della cultura della Generalitat de Catalogna. I rapporti, a eccezione del 2014, anno in cui lo studio non è stato realizzato, vengono elaborati e pubblicati annualmente e possono essere consultati sulla pagina web dell'Institut català de les empreses culturals, un'istituzione pubblica del Dipartimento della cultura della Catalogna che si occupa di sviluppo e consolidamento del settore culturale sostenendo le imprese e gli operatori culturali per migliorarne la competitività e la professionalizzazione³.

L'ultimo rapporto pubblicato raccoglie i dati del 2018 ed è quello utilizzato come base per questo articolo. Lo studio, realizzato tra maggio e dicembre del 2018, si fonda su alcune interviste telefoniche coadiuvate da computer, verso telefoni fissi e mobili, al fine di eliminare la devianza prodotta dall'elevato numero di abitazioni che ormai non dispongono più di un telefono fisso e sono state effettuate in orari diversi per evitare distorsioni derivate dall'attività lavorativa degli intervistati. La popolazione è composta da 6.768.049 persone di età superiore ai 10 anni su un totale di 7.543.825 abitanti registrati nel 2018; sono state effettuate 1.205 interviste di cui 1.085 a una popolazione con un'età dai 14 anni in su, e 120 a bambini tra i 10 e i 13 anni. Il campione è stato scelto casualmente, stratificato per provincia e per dimensione della località, con un livello di affidabilità del 95,5% nel peggiore dei casi. Per l'analisi complessiva sono stati corretti i risultati secondo la distribuzione reale della popolazione della Catalogna, in funzione del sesso e dell'età. I risultati hanno individuato una tipologia specifica di lettori: lettori frequenti (che leggono almeno una volta alla settimana), lettori abituali (che includono quelli precedenti più quelli che leggono come minimo una volta al mese), lettori occasionali (che leggono al massimo una volta al mese o ogni tre mesi) e non lettori (coloro i quali non leggono mai o quasi mai).

Questa indagine è molto simile a quella che viene condotta, sempre annualmente, nel complesso dello Stato spagnolo, alla quale ricorriamo per definire le serie storiche e le comparazioni interterritoriali. Questo studio è stato promosso fin dal suo inizio, avvenuto nel 2000, dalla Federación de gremios de editores de España con la collaborazione del Ministero della cultura, per cui i quesiti rispondono il più delle volte alla necessità di sondare il mercato piuttosto che a un interesse sociologico per la lettura e gli ambiti ad essa connessi. Nel corso del tempo sono stati modificati alcuni aspetti metodologici e, ad esempio, a partire dal 2010 sono mutati i criteri di raccolta dei dati ed è stata considerata anche la lettura per lavoro e studio e la lettura d'attualità (stampa e riviste), così come la lettura sui diversi supporti (lettura digitale). Il risultato è un aumento fittizio dell'indice dei lettori in quell'anno: da un 55% di lettori di libri nel tempo libero registrato nel 2009 si passa a un 92% di lettori nel 2010, mentre, se ci atteniamo alla percentuale di lettori di libri, essa raggiunge solo il 60,3% e se consideriamo unicamente coloro i quali leggono nel tempo libero l'incremento si limita al 57%⁴.

³ Le indagini possono essere consultate all'indirizzo <<https://icec.gencat.cat/ca/observatori/publicacions/llibre>>. L'edizione del rapporto della Catalogna per il 2018 può essere consultata all'indirizzo <https://issuu.com/icec_generalitat/docs/ha_bits_lectura_18?fr=sZmQxMDC3MDAy>.

⁴ Luis González, *La lectura de la lectura: hábitos y políticas*. In: *La lectura en España. Informe 2008*, a cargo de José Antonio Millán. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez; Federación de Gremios de Editores de España, 2008, p. 137-150: p. 138, <<http://www.lalectura.es/docs/informe2008.pdf>>.

Anche le indagini sulla lettura in Catalogna adottano questa estensione del concetto di lettura e permettono comunque di osservare un graduale aumento della percentuale totale dei lettori, comprendendo come lettori coloro i quali leggono almeno una volta ogni tre mesi, con qualsiasi mezzo, sia cartaceo che elettronico. Questa percentuale era del 93% nel 2013 e del 97,6% nel 2018, una cifra leggermente superiore alla media spagnola che si situa al 96,1%. Le percentuali possono attirare l'attenzione, ma dobbiamo considerare che esse includono tutte le modalità di lettura, con qualsiasi tipo di supporto e con una frequenza poco restrittiva dato che viene considerato lettore chi legge una volta ogni tre mesi o più. Inoltre, i dati indicano che a questo aumento generale della lettura corrisponde una lieve diminuzione della lettura esclusivamente cartacea e, d'altra parte, a un aumento significativo di lettori digitali. D'altro canto, se limitiamo l'analisi alla lettura di libri, il 68,4% della popolazione catalana risulta lettrice occasionale e il 56,4% lettrice frequente, che legge cioè una volta alla settimana o più. È da segnalare altresì un aumento significativo di lettori di libri nel tempo libero, a cui si aggiunge il fatto che il numero di non lettori continua a diminuire fino a situarsi al 2,4% registrato nel 2018.

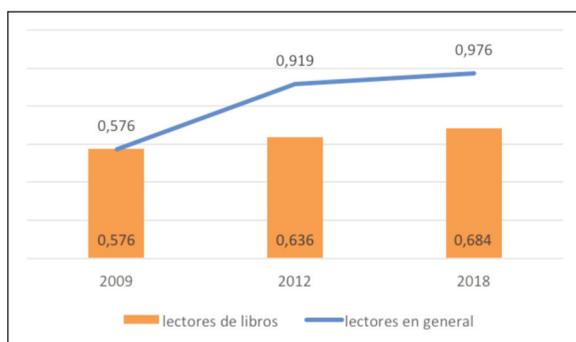


Figura 1 – Evoluzione dei lettori di libri (una volta ogni tre mesi) e dei lettori su qualsiasi supporto.

Fonte: *Hàbits de lectura i compra de llibres* (anni 2009, 2016, 2018)

I piccoli lettori ovvero i lettori di domani

I dati forniti dalle indagini non ci permettono di conoscere in profondità le abitudini di lettura dei più piccoli, poiché spesso il campione non è sufficientemente rappresentativo, la segmentazione delle età non viene mantenuta nel tempo oppure non vengono affrontate questioni essenziali come l'ambiente in cui si svolge la lettura – senza discriminare la lettura scolastica da quella fatta a casa, come fanno gli studi di altri paesi –, il che produrrebbe dati molto diversi. Per esempio, in Catalogna le scuole dedicano 30 minuti al giorno alla lettura, ma i dati ottenuti sembrano indicare che questi non sono presi in considerazione nel calcolo generale, su cui sono stati intervistati i genitori⁵. A

⁵ Secondo l'indagine *Les jeunes et la lecture* commissionata dal Centre national du livre nel 2016, il 96% dei giovani tra i 7 e i 19 anni legge, l'89% in un ambiente scolastico, il 78% nel tempo libero. Il rapporto completo si può consultare all'indirizzo <https://www.culture.gouv.fr/content/download/144901/file/ressource_fichier_fr_les.jeunes.et.la.lecture.etude.2016.06.27.ok.pdf?inLanguage=fre-FR>. Sarebbe interessante disporre di uno studio specifico sulla lettura tra bambini, bambine e adolescenti che consentirebbe dati più concreti sulle abitudini e sugli interessi dei lettori e dei non lettori di queste età.

marginale di queste considerazioni metodologiche, i risultati mostrano una tendenza negativa riguardo la lettura tra i minori di 18 anni, come vedremo più avanti.

Nell'analizzare la lettura tra i bambini e le bambine, la bibliografia specializzata pone l'accento sull'importanza di generare un'abitudine alla lettura in età molto precoce e sono molti gli studi che indicano come il fatto di disporre di libri nell'ambiente familiare e di far parte di una famiglia con un'abitudine alla lettura influisca notevolmente nella lettura da parte di bambini e bambine, così come influiscono anche azioni come la lettura ad alta voce da parte dei genitori⁶. In Catalogna, secondo le informazioni fornite dai genitori, nell'82,4% delle case nelle quali vivono i bambini e le bambine sotto i 6 anni si pratica la lettura ad alta voce, una percentuale elevata che tuttavia diminuisce anno dopo anno – nel 2016 questa pratica veniva effettuata nel 97,2% delle case –, con una lettura media di 2 ore e mezza a settimana. Nel caso di bambini e bambine tra i 6 e i 9 anni i dati tracciano anche una preoccupante diminuzione della lettura di libri (manuali scolastici esclusi): dal 94,2% del 2016 si è passati nel 2018 a poco più del 75%, con una lettura media di circa 4 ore e mezza a settimana.

Da parte loro, i bambini e le bambine di età compresa tra i 10 e i 13 anni costituiscono il gruppo che legge di più: più dell'85% legge nel tempo libero, e quasi il 75% lo fa almeno una volta alla settimana, una percentuale che non ha subito variazioni negli ultimi anni, con una media di poco più di 10 libri all'anno. Purtroppo, il restante 25% è distribuito proporzionalmente tra coloro i quali leggono occasionalmente (una volta al mese o ogni tre mesi) e coloro che non leggono mai o quasi mai, il che determina un certo fallimento delle politiche di incentivazione alla lettura in questa fascia d'età. Ciò che i dati ci dicono è che la percentuale di lettrici è superiore a quella dei lettori soprattutto riguardo i libri, i siti web, i blog o i forum e i *social network*. Al contrario, i ragazzi leggono più fumetti rispetto alle ragazze. In questa fascia d'età, la lettura digitale – intesa come lettura di testi lunghi o libri – è molto diffusa, si attesta al 78,5% e si mantiene stabile rispetto agli anni precedenti.

Tuttavia, tra gli adolescenti di età compresa tra i 14 e i 18 anni le abitudini cambiano in maniera significativa: il gruppo di lettori frequenti (che leggono settimanalmente) diminuisce di quasi 15 punti percentuali rispetto alla fascia d'età precedente e si attesta al 61,3% e la media scende a poco più di 9 libri all'anno. Ma la cosa più preoccupante è l'alta percentuale di giovani che non leggono mai libri nel tempo libero che raggiunge il 32,4%, una cifra che, per giunta, non si è ridotta negli ultimi anni. Dall'altro verso, questo è il gruppo che legge più frequentemente tramite supporti digitali, in particolare sui *social network*, di cui si considera lettore quasi il 90%. Una percentuale importante, anche se non così elevata, il 60%, legge siti web, blog e forum e il 35% libri.

Gli studi a nostra disposizione indagano anche sulla percezione del valore sociale della lettura. In questo senso, sembrano esserci delle somiglianze tra gli adolescenti e i giovani, ma mentre i ragazzi e le ragazze tra i 10 e i 13 anni credono prevalentemente che la lettura li aiuti a comprendere il mondo circostante e ad avere un'attitudine più aperta e tollerante, per i più grandi, quelli tra i 14 e i 18 anni, la lettura è, soprattutto, un'attività emozionante e stimolante, ma anche un aiuto a comprendere il mondo che li circonda. Entrambi i gruppi concordano sul

⁶ Javier Urgel Parreño, *Situación actual y perspectivas de futuro de la lectura en España: una aproximación al estudio de los escenarios de lectura frecuente e infrecuente en nuestro país*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2015, p. 32, <<https://www.gremieditors.cat/wp-content/uploads/2016/02/CIS-Pra-cticas-lectura-Espan-a-Javier-Urgel.pdf>>.

fatto che la lettura sia un'attività che li rende più felici. Tuttavia, una percentuale elevata di adolescenti e giovani crede che vi siano molte attività di svago più divertenti rispetto al leggere, sebbene la percentuale sia molto più alta tra i più piccoli (l'85% dei bambini e delle bambine tra i 10 e i 13 anni condivide questa idea rispetto al 58% di coloro i quali hanno tra i 14 e i 18 anni). E di entrambi i gruppi, quasi la metà ritiene che leggere richieda uno sforzo e una concentrazione che non possiedono nel quotidiano. Uno sforzo che, a giudicare dai risultati ottenuti nel rapporto PISA (Programme of international student assessment) del 2015, sarà sempre più elevato visto che, malgrado gli studenti catalani abbiano superato tutti i test, i risultati relativi alla comprensione del testo hanno subito un leggero regresso di un punto rispetto ai risultati del 2012. In questa edizione, la Catalogna ha ottenuto 500 punti, un risultato simile a quello di Svezia, Danimarca, Francia e Belgio ma inferiore rispetto a quello di altre comunità autonome di cui si sono anche analizzati i dati in maniera segmentata, il che dovrebbe attirare l'attenzione dei responsabili scolastici a prestare maggior attenzione alle campagne e alle risorse per la promozione della lettura⁷. Forse l'idea che gli adolescenti e i giovani si sono formati riguardo il peso della lettura per il loro futuro è collegata anche alla loro abitudine di lettura, visto che la maggior parte dei bambini e delle bambine tra i 10 e i 13 anni crede che la lettura li aiuterà a ottenere un lavoro migliore nel futuro, ma questa è un'idea che, con la crescita, perde significativamente forza. Una prospettiva che è anche legata ai loro punti di riferimento e che cambia molto in queste età. Tra i più piccoli, circa il 40% è a contatto con persone che non spiccano per essere grandi lettori e, quasi l'80% degli adolescenti tra i 14 e i 18 anni ha persone di riferimento che non risultano essere grandi lettori.

Per quanto riguarda le raccomandazioni di lettura, i dati indicano che i genitori di bambini sotto i 6 anni di solito non utilizzano fonti specializzate per selezionare le letture dei loro figli (solo il 30,1% lo fa); principalmente consultano amici e parenti, pratica che aumenta man mano che i bambini crescono. Sebbene non disponiamo di molti altri dati, sappiamo che gli amici, i parenti e i siti web specializzati in letteratura sono prevalentemente i punti di riferimento nella scelta delle letture, anche se circa la metà ricorre anche al libraio o agli stessi bambini per sceglierle.

Il lettore adulto

E tra gli adulti, com'è caratterizzato il lettore? Probabilmente le caratteristiche del lettore adulto in Catalogna non differiscono in modo significativo da quelle del lettore europeo, tuttavia è il caso di mettere in evidenza alcune sfumature che commenteremo di seguito. Se consideriamo quindi la lettura di libri, il lettore tipo risulta essere una donna, con formazione universitaria, tra i 18 e i 34 anni.

Questo perché, nonostante i risultati più recenti evidenzino una minore differenza di genere nella lettura, sia nella lettura analogica che in quella digitale, le donne continuano a essere maggiormente lettrici di libri rispetto agli uomini mentre gli uomini leggono di più su supporti digitali, seguendo una tendenza che abbiamo già osservato nel caso dei lettori più giovani.

⁷ La media dell'UE è di 494 punti e la media OCSE di 493; l'Italia si situa leggermente sotto, con 485 punti. Ministerio de Educación Cultura y Deporte, *PISA 2015: programa para la Evaluación internacional de los alumnos: informe español*, <<https://www.educacionyfp.gob.es/inee/dam/jcr:e4224d22-f7ac-41ff-aocf-876ee5d9114f/pisa2015preliminarok.pdf>>.

	Occasionali (almeno una volta ogni tre mesi)	Frequenti (una volta o più alla settimana)
Lettori		
Uomini	98,2%	96,2%
Donne	97,0%	87,5%
Lettori di libri		
Uomini	66,1%	44,6%
Donne	70,6%	58,4%

Figura 2 – Percentuale di lettori e di lettori di libri in Catalogna per genere.

Fonte: *Hàbits de lectura i compra de llibres* (2018)

Uno degli elementi che gli studi internazionali pongono in risalto riguardo la lettura è il livello di formazione e, in Catalogna, questo schema si ripete senza variazioni dal momento che quasi il 90% delle persone che sostengono di leggere libri possiede un titolo di studio universitario, una percentuale che diminuisce rispettivamente di 20 e 40 punti tra le persone in possesso di studi secondari e primari. Anche i lettori digitali, sebbene non con percentuali così elevate, seguono questa tendenza legata alla formazione accademica.

L’analisi dei dati disponibili in base all’età permette di osservare alcune tendenze interessanti così come si può vedere nel grafico. Tra i 14 e i 24 anni la percentuale di lettori aumenta in maniera significativa ma a partire dal 2011, nelle età più avanzate, i lettori in Catalogna diminuiscono; nelle persone tra i 35 e i 54 anni, per esempio, si nota una diminuzione costante della propensione alla lettura, il che renderebbe necessaria la realizzazione di una campagna di promozione della lettura in questa fascia d’età costituita, in parte, da padri e madri, punti di riferimento imprescindibili nelle letture svolte dai bambini e dalle bambine.

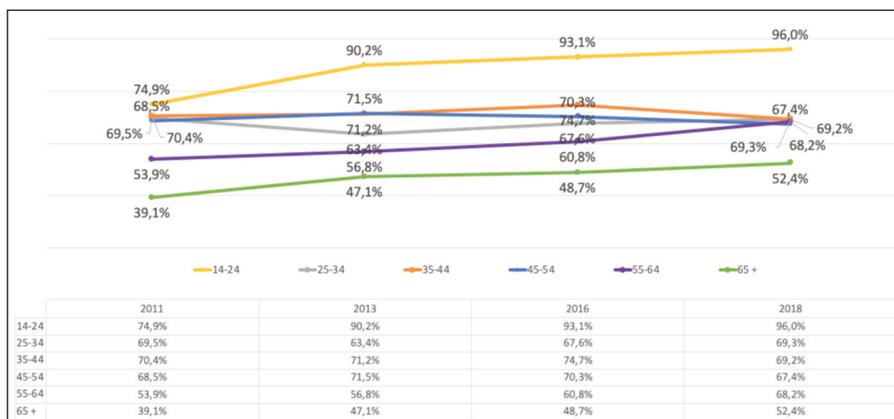


Figura 3 – Lettori di libri (una volta ogni tre mesi) in Catalogna in base alla fascia d’età.

Fonte: *Hàbits de lectura i compra de llibres* (2016, 2018)

E a che tipo di lettura dedicano il loro tempo i catalani? La lettura di giornali è maggioritaria (75%) anche se, come nel caso delle riviste, segue una tendenza verso il basso. Al contrario, la lettura di libri, che si colloca al secondo posto, mostra una ten-

denza positiva. Per quanto riguarda la lettura digitale, i testi lunghi sono prevalentemente letti sui siti web, blog e forum. I *social media*, recentemente incorporati negli studi, si collocano già al secondo posto, una posizione che sicuramente si andrà a consolidare nel futuro. In digitale, anche i giornali risultano essere un tipo di lettura abituale, anche se la lettura di libri è in aumento e si situa già al 30%. Come abbiamo visto, il numero di lettori, intesi in senso ampio, è maggiore tra gli uomini rispetto alle donne e, com'è facile da immaginare, le loro abitudini e i loro comportamenti di lettura sono diversi. Così, tra i primi, si leggono più giornali, fumetti e pagine web, blog e forum e, tra le seconde, si leggono proporzionalmente più libri, riviste e pagine social. Un divario che si constata nell'osservazione delle percentuali di lettori di libri, sia occasionali che frequenti, tra gli uni e gli altri.

E quali sono le tematiche che più interessano i catalani? La letteratura, al 70%, continua a essere la lettura preferita con un'alta percentuale che riguarda il genere dei romanzi e dei racconti. Al secondo posto, sebbene a una distanza notevole, le scienze umane e le scienze sociali mostrano un leggero aumento e sono il punto focale della lettura di quasi il 25% della popolazione.

Per la stragrande maggioranza dei catalani (95,5%) la casa è il luogo preferito dove leggere. Anche i trasporti pubblici, l'aria aperta e il lavoro sono luoghi abituali di lettura, ma in proporzione molto minore. Le biblioteche, i centri di studio, i bar, i caffè e il parrucchiere sono altri luoghi che vengono menzionati e tuttavia svolgono un ruolo poco rilevante. Anche se non molto elevato, è significativo l'aumento delle persone che affermano di leggere in biblioteca, quasi il 10%, di circa sette punti più alto rispetto ai due anni precedenti.

E cosa trasmette loro la lettura? La stragrande maggioranza dei lettori (più del 90%) pensa che leggere sia un'attività emozionante e stimolante, che aiuta a comprendere il mondo. Fanno parte di questo gruppo, prevalentemente, i lettori tra i 14 e i 24 anni, universitari. Inoltre, una percentuale ugualmente molto elevata crede che leggere contribuisca ad acquisire un'attitudine più aperta e tollerante, un gruppo in cui i giovani tra i 14 e i 24 anni e le donne costituiscono la maggioranza. Per più del 75%, la lettura è un'attività che rende più felici e in questo gruppo troviamo in buona parte persone tra i 35 e i 45 anni con formazione universitaria. Ma, naturalmente, ci sono anche coloro i quali ritengono vi siano altre attività di svago più divertenti rispetto alla lettura. Un uomo, tra i 25 e i 34 anni con istruzione primaria, rappresenta il 50% di coloro i quali condividono questa opinione, ritenendo che per acculturarsi non sia necessario leggere libri. Inoltre, chi ha più di 65 anni e possiede un'istruzione primaria sostiene che la lettura richieda uno sforzo e una concentrazione che non ha nel quotidiano.

Riassumendo, in Catalogna si rileva un'importante perdita dell'abitudine alla lettura a partire dai 14 anni: aumenta il numero dei non lettori, che passa dal 12,8% tra i 10 e i 13 anni al 32,4% tra i 14 e i 18 anni, e diminuisce, altresì, anche la frequenza di lettura. Le biblioteche non sembrano essere soggetti facilitatori di lettura mentre, invece, lo sono i siti web specializzati e le librerie, considerate punti di riferimento dai genitori con figli di età inferiore ai 6 anni, ma non tra quelli con bambini tra i 6 e i 9 anni. La media di libri letti tra i bambini e i ragazzi è in declino e si osserva inoltre una tendenza in crescita rispetto alla lettura digitale nella fascia d'età tra i 14 e i 18 anni. Tra gli adulti, man mano che aumenta il livello di formazione si consolida la percentuale di coloro i quali leggono frequentemente libri e diminuisce quella dei non lettori, anche se continua ad avere un peso significativo essendo di poco superiore al 35%. Le ragioni addotte dai non lettori sono: la mancanza di tempo (per lavoro,

studio o motivi familiari); l'interesse a investire il loro tempo libero in altri hobby, dato che non trovano piacevole o interessante leggere; e, infine, motivi di salute, principalmente legati alla vista. Tutto ciò, come vedremo, dà senso alle campagne di promozione della lettura, adeguate alle diverse fasce d'età, esposte di seguito.

Le campagne di promozione della lettura in Catalogna

Una delle caratteristiche principali delle campagne di promozione della lettura in Catalogna è la collaborazione tra i diversi settori e attori coinvolti nella progettazione, nel lancio e nella realizzazione delle iniziative. Naturalmente, le amministrazioni dei settori culturali ed educativi hanno maggiore peso, e sono queste a decidere obiettivi e azioni strategiche, ma spesso nei loro piani istituzionali rientrano le azioni promosse dagli operatori del settore librario, dalle associazioni culturali e dalle fondazioni senza scopo di lucro, settori interessati, sebbene per motivi diversi, a un incremento dell'abitudine alla lettura e a un miglioramento della comprensione del testo. Questo lavoro congiunto – più facile in un ambiente culturale piccolo come quello catalano – porta ad alcuni benefici come la varietà di punti di vista sul fenomeno della lettura e la ricchezza delle conoscenze provenienti da ambiti differenti⁸.

Campagne istituzionali

Da alcuni anni si stanno sviluppando in Catalogna alcune campagne istituzionali di promozione della lettura portate avanti dai vari livelli dell'amministrazione catalana nei diversi ambiti territoriali: Generalitat de Catalogna, Diputaciones provinciales e Ayuntamientos municipales. In tal modo, il governo regionale, attraverso il suo Dipartimento della cultura, ha messo in atto negli ultimi 10 anni questi tre piani: il Plan de fomento de la lectura de Catalogna 2008-2011 con il motto "Llegir ens fa + grans" ("Leggere ci fa + grandi"), il Pla Nacional de lectura 2012-2016, con il motto "100% lectors" e il Pla Nacional de lectura 2020. Gli obiettivi di questi piani si concentrano, tra gli altri, nell'incremento delle abitudini di lettura, sulla base dei risultati degli studi menzionati in precedenza, e della comprensione della lettura in tutte le fasce d'età, con particolare attenzione ai bambini e ai giovani. Essi cercano anche, in secondo luogo, di valorizzare la lettura e i lettori nella società. Tutti i piani si prefiggono anche l'attrazione di nuovi lettori e tendono a potenziare la presenza mediatica e la proiezione sociale della lettura a partire da strategie di comunicazione e diffusione che, generalmente, si articolano intorno al motto o motivo che li identifica. A tal fine, questi progetti riconoscono le azioni portate avanti dai differenti settori e integrano sia le iniziative specifiche sviluppate dal dipartimento stesso, sia quelle promosse da altri organismi governativi, dal mondo educativo e dalle istituzioni locali e dalla società civile catalana, alle quali viene fornito un sostegno economico o di altro genere, e che sono pubblicizzate congiuntamente proprio attraverso i piani di lettura. Le iniziative che scaturiscono da questi piani necessitano di diversi canali d'applicazione, e tuttavia uno dei più importanti è la rete di biblioteche pubbliche catalane che, come vedremo più avanti, si sono rivelate il miglior soggetto per l'attuazione di queste politiche nel territorio.

I piani di lettura prevedono diverse azioni di promozione, alcune promosse direttamente dall'amministrazione attraverso istituzioni pubbliche (scuole, biblioteche, centri culturali ecc.) e altre sviluppate da fondazioni, associazioni e altri enti della

⁸ Per conoscere la situazione all'inizio del periodo esaminato, si veda: Jordi Llobet Domènech, *Promoció del llibre i la lectura*. Settembre 2010, <<http://hdl.handle.net/10609/54001>>.

società civile distribuiti su tutto il territorio, a cui si fornisce un sostegno economico. A partire da questi piani sono state promosse alcune campagne interessanti che hanno avuto, a seconda dei casi, più o meno continuità ed effetto, e che sono state adattate alle nuove esigenze e possibilità di utilizzare la tecnologia come alleata.

E così, nel primo dei piani è stata lanciata la piattaforma digitale *Que llegeixes?* promossa dalla *Institució de les lletres catalanes* con l'obiettivo di promuovere la lettura tra la popolazione catalana attraverso i *social network* e i contenuti multimediali e audiovisivi. Sulla piattaforma i lettori potevano condividere letture, recensioni di libri e suggerimenti esercitando un'attività di raccomandazione tra pari, dal momento che sono stati istituiti tre forum in base all'età dei lettori: *El Lápiz*, per i bambini fino agli 11 anni; *El boli*, per gli adolescenti tra i 12 e i 16 anni; e *La Pluma*, per le persone di età superiore ai 17 anni. All'interno di ogni gruppo vi erano una serie di spazi legati alla lettura: forum, suggerimenti, giochi e concorsi. Il programma è stato esteso alle scuole e la piattaforma è rimasta attiva fino al 2018; nel suo percorso sono state pubblicate 19.086 recensioni di libri che hanno ricevuto un totale di 231.652 commenti e aperto fino a 9.600 discussioni, generate dai 24.767 utenti registrati⁹.

Un'altra iniziativa interessante, che ha cercato di avvicinare il grande pubblico alla lettura, è stata "Tasta'm", che durante il 2008 e il 2009 ha diffuso una tiratura media di 150.000 opuscoli contenenti i primi capitoli o gli estratti delle novità editoriali in lingua catalana, di diversi generi (narrativa, saggistica, divulgazione, poesia, teatro ecc.), da distribuire nei trasporti pubblici della Catalogna e delle Baleari. Un altro esempio di queste iniziative è la campagna della *Institució de les lletres catalanes*, "Lletres a les aules", che dal 2008 mira ad avvicinare gli autori agli studenti; a tal fine gli autori fanno visita alle scuole che li invitano, anche se le letture e le interpretazioni vengono realizzate da attori e attrici. Questa campagna ha avuto un riconoscimento significativo, e solo nel 2016, più di 250 autori hanno realizzato 450 incontri nelle scuole di 250 comunità della Catalogna. Un programma parallelo promosso dalla stessa istituzione è "Lletres en viu", che promuove incontri e gruppi di lettura, soprattutto nelle biblioteche pubbliche, volti alla condivisione della lettura tra scrittori e lettori, grazie al quale, nello stesso anno, 70 autori hanno partecipato a 150 gruppi di lettura in più di 130 comunità catalane¹⁰.

Più attuale, la campagna intorno all'*hashtag* "#Llibrèfils" ("Librófilos") sviluppa una serie di prodotti grafici, statici e animati, da diffondere attraverso i *social media*, e che, a partire da frasi che invitano a leggere¹¹, si rivolgono al lettore e alle opportunità offerte dalla lettura.

9 Il progetto ha avuto inizio il giorno di Sant Jordi del 2008; tutte le informazioni sono disponibili all'indirizzo <<http://www.quellegeixes.eu>>. Nel 2013, nel suo quinto anniversario, è stata pubblicata un'interessante intervista al responsabile del programma, che può essere consultata all'indirizzo <<https://www.vilaweb.cat/noticia/4112540/20130507/llegeixes-cinc-anys-lectures-compartides-xarxa.html>>.

10 Di tutti questi programmi si può trovare una relazione dettagliata nella presentazione del Pla de lectura 2020 della Generalitat de Catalunya, disponibile all'indirizzo <https://cultura.gencat.cat/web/.content/sscc/pla-lectura-2020/documents/A4_PlaLectura-Vol_1.pdf>.

11 Questa campagna rappresenta una delle iniziative avviate dal Pla de lectura 2020 della Generalitat de Catalunya. La presentazione e tutti i materiali sono disponibili all'indirizzo <<https://cultura.gencat.cat/ca/departament/plans-i-programes/ambit-sectorial/pla-de-lectura-2020>>.



Figura 4 – Prodotti grafici della campagna “#Llibrefils”

Anche se abbiamo detto che a questi piani di lettura collaborano diversi enti non necessariamente collegati all’amministrazione regionale, è interessante rilevare la mancanza di politiche comuni tra i dipartimenti dell’educazione e della cultura e la scarsa presenza dell’amministrazione scolastica in essi, coinvolta solo in alcune delle iniziative che incidono direttamente nella promozione della lettura. Così, il Dipartimento dell’educazione articola alcuni propri piani di promozione della lettura diretti in particolare alle scuole e all’insieme degli alunni e dei professori, come quello che promuove dal 2011, denominato Impuls a la lectura (ILEC), che si è concretizzato in varie azioni volte a «migliorare la competenza nella lettura di tutti gli studenti per favorire il successo scolastico, spina dorsale dell’apprendimento nel progetto educativo posto al centro».



Figura 5 – Materiali sviluppati nel piano Impuls de la lectura del Dipartimento dell’educazione

Il fulcro di queste iniziative si concentra nella promozione della lettura nelle scuole attraverso il Plan de lectura de centro, uno strumento che influisce nella pianificazione della lettura nella fase dell’apprendimento a partire da tre linee: saper leggere, leggere per apprendere e piacere per la lettura, tenendo in considerazione il ruolo delle biblioteche e delle tecnologie in questi processi nei quali la lettura si colloca nei diversi ambiti della vita sociale con la necessità di sviluppare la competenza nella lettura¹².

¹² Le iniziative sviluppate nel programma, così come tutti i materiali redatti, possono essere consultati all’indirizzo <<http://xtec.gencat.cat/ca/proyectos/lectura/impulslectura>>.

Iniziative specifiche per il pubblico infantile

Sulla base della realtà delineata dai dati che abbiamo commentato nella prima sezione, molte delle campagne di promozione sono dirette specificatamente a migliorare le abitudini di lettura dei bambini. In tal senso, alcune iniziative sono destinate ai genitori, come la distribuzione di 900.000 copie della *Guia pràctica per a fer fills lectoris* con l'obiettivo di fornire alle famiglie strategie utili a promuovere l'abitudine alla lettura in ambito domestico¹³.



Figura 6 – Logo del progetto Nascuts per llegir

Diretto sempre alle famiglie, in questo caso con figli di età inferiore ai tre anni, è il programma Nascuts per llegir che mira ad avvicinare i libri ai bambini e alle bambine a partire da un lavoro congiunto tra pediatri, famiglie e biblioteche; esso ha tratto ispirazione dal progetto italiano Nati per leggere e, in Catalogna, è stato sviluppato a partire dal 2002 su impulso del Col·legi oficial de bibliotecaris-documentalistes de Catalogna. Fino al 2010 aveva raggiunto più di 14.000 famiglie con una programmazione totale di 1.800 attività. Questo progetto faceva parte del primo Pla de foment de la lectura ma, a partire dal 2011, con il venir meno dei finanziamenti, il progetto è stato preso in carico dai comuni, il che, in alcuni casi, ha portato alla sua scomparsa¹⁴.



Figura 7 – Cartello promozionale di Món llibre

¹³ Teresa Mañà [et al.], *La promoció de la lectura a Catalunya (2008-2009)*, «Anuari de l'Observatori de biblioteques, llibres i lectura», 1 (2010), p. 71-87, <<https://www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori/article/view/209618>>.

¹⁴ Tutte le informazioni sul progetto sono disponibili sulla pagina web del Col·legi oficial de bibliotecaris-documentalistes de Catalunya, uno dei promotori del programma, <<http://www.cobdc.org/nascutsperllegir>>.

Un'altra iniziativa, in questo caso destinata ai piccoli lettori, è "Món llibre", un festival letterario organizzato congiuntamente dall'Ayuntamiento de Barcelona, attraverso le sue biblioteche pubbliche, e il Gremi de llibreTERS de Catalunya; l'evento, destinato ai lettori fino ai 12 anni, si tiene a Barcellona con l'obiettivo di avvicinare i bambini e le bambine alla lettura dentro uno spazio ludico, tramite esposizioni di libri, spazi di lettura e varie proposte sceniche. All'evento partecipano editori e librai, ma anche autori e illustratori, attori e musicisti che interagiscono direttamente con i lettori. Nella sua 15^a edizione, avvenuta nel 2019, che ha visto l'inclusione di risorse creative digitali, ha ricevuto più di 25.000 visitatori¹⁵.

Come abbiamo detto, anche la società civile è coinvolta nelle diverse campagne di promozione della lettura con risultati molto interessanti. Al di fuori delle iniziative istituzionali di livello generale realizzate in Catalogna, sono molte le organizzazioni e gli enti di diverso tipo che lavorano per la promozione della lettura soprattutto tra i bambini e le bambine, quasi sempre tramite l'utilizzo di varie forme di volontariato.



Figura 8 – Logo del programma LEXXIT

Tra tutte le iniziative va ricordato, per la sua portata e continuità, il programma LEXXIT, avviato nell'anno 2011-2012 e promosso dalla Fundació Jaume Bofill; il programma mira ad aumentare il successo educativo dei bambini che necessitano di sostegno al fine di migliorare la loro comprensione della lettura che non riescono a ottenere nell'ambiente familiare. La chiave di LEXXIT risiede nel lavorare in modo ludico e divertente grazie al volontariato e al coinvolgimento dei bambini e delle bambine che partecipano al programma e che ricevono settimanalmente un accompagnamento alla lettura in uno dei 213 punti LEXXIT grazie alla collaborazione di scuole, biblioteche ed enti degli 83 comuni che realizzano il progetto. Annualmente partecipano al programma più di 1.550 bambini tra i 9 e i 12 anni, assistiti da 1.500 volontari e volontarie¹⁶.

15 Riguardo l'edizione del 2019 si può consultare il programma e la partecipazione dei diversi attori e collaboratori all'indirizzo <<https://www.barcelona.cat/monllibre/ca/mon-llibre-2019>>.

16 La missione e tutte le informazioni di base del programma sono disponibili all'indirizzo <https://www.fbofill.cat/sites/default/files/20191129_DP_LEXXIT.pdf>.



Figura 9 – Logo delle edizioni del 2019 dei premi Atrapallibres y Protagonista jove

Al fine di promuovere la lettura tra i lettori del futuro, il Consell català del llibre infantil i juvenil (Clijcat) – ente che riunisce editori, librai, autori, illustratori e bibliotecari di ambito infantile e adolescenziale – mette a disposizione due premi per opere pubblicate in cui i bambini e i giovani partecipano come giurati nella fase conclusiva dell’assegnazione. Il premio Atrapallibres, giunto finora a 15 edizioni, può contare sulla partecipazione di bambini tra i 9 e i 12 anni attraverso enti come la scuola, la biblioteca, la libreria, i centri culturali ecc. Il premio Protagonista Jove, di cui sono state realizzate 24 edizioni, è il risultato della votazione di ragazzi e ragazze tra i 13 e i 16 anni che, per partecipare come giurati, possono passare attraverso un ente oppure iscriversi individualmente. Per ogni categoria, un comitato di esperti seleziona tre titoli che in seguito verranno letti dai lettori per decidere il vincitore della categoria¹⁷. Lo stesso ente promuove il programma Municipi lector che cerca di coinvolgere gli asili e le scuole primarie con le biblioteche pubbliche e gli altri enti connessi alla lettura nei diversi comuni, che hanno riscontrato un aumento dei tassi di lettura tra i bambini e gli adolescenti¹⁸.

La promozione della lettura da parte delle biblioteche

Il ruolo delle biblioteche è essenziale in qualsiasi programma di promozione della lettura e per questo esse realizzano una grande quantità di iniziative volte a questo fine, spesso di grande successo tra il pubblico che le frequenta. In questo senso, la Catalogna dispone di una rete di biblioteche pubbliche con una lunga tradizione, dato che ebbe inizio nel 1915; attualmente è composta da 411 biblioteche e 12 bibliobus, con una tradizione secolare rispetto alle attività di promozione della lettura e della cultura in generale. Tra queste attività, si evidenziano le visite nelle scuole e altre visite guidate, la *hora del conte* (ora del racconto), i gruppi di lettura, le mostre, i corsi e i seminari e altre attività come la presentazione di libri o le conversazioni letterarie. Il suo impatto sulla popolazione è dimostrato dall’alta valutazione ricevuta dai

¹⁷ La presentazione e gli obiettivi dei premi si possono trovare all’indirizzo <<https://www.clijcat.cat/Protagonista/Presentacio-premis>>.

¹⁸ Le informazioni sul progetto Municipi lector e i comuni partecipanti sono disponibili all’indirizzo <<https://www.clijcat.cat/municipi/MunicipiLector.php>>.

catalani (8,8 su una scala di 10 punti)¹⁹ e dal fatto che il 63,3% dei 7,5 milioni di abitanti presenti in Catalogna possiede la tessera. I dati più recenti a nostra disposizione ci indicano che nel 2018 sono state svolte nelle biblioteche un totale di 73.946 attività per lo più incentrate sulla lettura, alle quali hanno partecipato 1.534.740 persone²⁰. Di queste, le più riconoscibili per il loro impatto sulla lettura sono le *hora del conte*, che costituiscono il 9% del totale delle attività, e i gruppi di lettura, che ne rappresentano il 16%.

Uno studio pubblicato nel 2012 offre una conoscenza più approfondita di queste attività, ma pone in risalto anche la difficoltà nel valutare il loro impatto reale in termini di frequenza di lettura, comprensione della lettura, sviluppo della capacità critica o autonomia nella selezione dei testi, elementi rilevanti nell'analisi della lettura che non emergono nelle statistiche che vengono svolte annualmente, le quali si limitano a fornire dati quantitativi come il numero di partecipanti, il numero di prestiti effettuati o la soddisfazione degli utenti. Lo studio raccoglie l'opinione degli esperti di biblioteca, i quali considerano i gruppi di lettura come le attività che più contribuiscono alla promozione della lettura per gli adulti ma anche per i giovani e i bambini²¹.

Tipologia di attività	Valutazione su 7
Club di lettura per adulti	6,30
Incontri con gli autori	5,87
Club di lettura per giovani	5,82
Narrazione di racconti per l'infanzia	5,76
Gruppi di lettura per bambini	5,75
Esposizione delle novità	5,73
Scambio di opinioni con il bibliotecario	5,65
Servizi di ricerca delle novità	5,49
Visite negli asili e nelle scuole	5,47
Presentazione di libri	5,22

Figura 10 – Attività delle biblioteche che più contribuiscono alla promozione della lettura²²

19 I risultati possono essere visionati all'indirizzo <<https://biblioteques.gencat.cat/ca/detalls/Noticia/Els-catalans-valoren-amb-un-88-les-biblioteques-publicues>>.

20 Questi e altri dati sono disponibili sulla pagina web della Generalitat de Catalunya, <https://biblioteques.gencat.cat/web/.content/tematic/biblioteques/dades-al-dia/estadistiques/balancos/documents/balanc_2018.pdf>.

21 Mònica Baró [et al.], *Promoción de la lectura en las bibliotecas públicas de Cataluña: evaluación y resultados*, «El profesional de la información», 21 (2012), n. 3, p. 177-281, <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2012/mayo/o8.pdf>>.

22 *Ivi*, p. 281.

D'altra parte, uno studio recente sui gruppi di lettura sottolinea come essi siano prevalentemente destinati al pubblico adulto (72,4%), mentre quelli rivolti ai bambini rappresentano il 17,1% e quelli ai giovani solo l'8,1%. Esso fornisce anche un altro dato interessante, l'elevato indice di partecipazione femminile: le donne costituiscono infatti la maggioranza dei partecipanti ai club di lettura per gli adulti, l'87,4%, il che si verifica, anche se in misura minore, nei club per i bambini e per i giovani²³.

Anche le biblioteche scolastiche, seppur con minore diffusione rispetto alle biblioteche pubbliche, danno impulso ad azioni di promozione della lettura simili a quelle promosse da queste ultime; questo accade nel quadro del Plan de lectura de centro, promosso dal Dipartimento dell'educazione e, in particolare, attraverso varie pubblicazioni destinate agli insegnanti²⁴. Tra queste si sottolineano quelle elaborate dal Programa Puntu de biblioteques escolares sotto forma di dossier didattici su albi e libri illustrati, o di guide didattiche per avviare gruppi di lettura scolastici o, ancora, di guide che offrono un orientamento agli insegnanti per preparare la visita degli autori nelle scuole ecc. Il programma mette a disposizione una pagina di risorse in cui si possono trovare istituzioni, blog ed enti che si occupano di lettura e buone pratiche di promozione. D'altra parte, attraverso il Centro de Recursos Pedagógicos (CRP) si promuovono seminari di formazione, riflessione e scambio sulle biblioteche scolastiche, di promozione della lettura e, inoltre, si distribuiscono borse che contengono una selezione di letture specializzate al fine di soddisfare le necessità delle classi quando le biblioteche scolastiche non sono in grado provvedere a fornire il materiale.

Le librerie

In Catalogna, secondo i dati del *Mapa de llibreries de Catalunya* del 2016, operano un totale di 806 librerie, il che significa una media di 1,74 librerie per 10.000 abitanti e implica l'esistenza di una rete molto equilibrata in tutto il territorio dato che non v'è alcuna regione che non disponga di almeno di una libreria. Molte di queste attività sono direttamente coinvolte in iniziative di promozione della lettura: le più ricorrenti sono rappresentate dalle presentazioni dei libri (46,3%), dai cantastorie (23,2%), dalle conferenze (22,6%), dai programmi di animazione della lettura (17%) e dalla pubblicazione di cataloghi (7,2%)²⁵.

23 Josep M. Baldaquí, *Els clubs de lectura a les biblioteques públiques de Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears*, «Zeitschrift für Katalanistik», 32 (2019), p. 109-141: p. 124, <http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/zfk/32/10_Baldaqui.pdf>.

24 *La lectura en un centre educatiu: saber llegir, llegir per aprende, gust per llegir*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament d'Educació, 2013, p. 139, <http://ensenyament.gencat.cat/web/.content/home/departament/publicacions/monografies/lectura/la_lectura_en_un_centre_educatiu.pdf>.

25 Generalitat de Catalunya. Institut Català de les Empreses Culturals, *Mapa de llibreries de Catalunya*. 2016, p. 102, <https://issuu.com/icec_generalitat/docs/mapallibreriescat_2016>.10

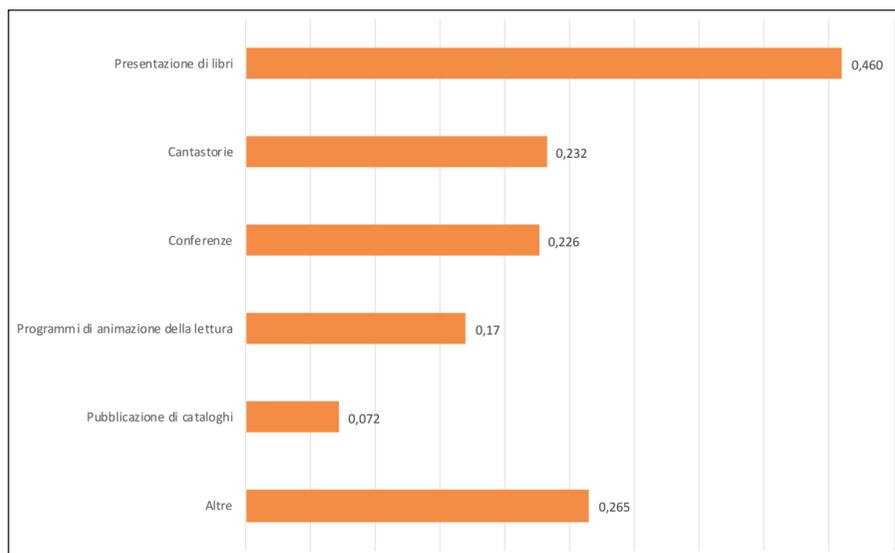


Figura 11 – Percentuale di librerie che svolgono attività di promozione della lettura, per attività²⁶



Figura 12 – Immagine promozionale della campagna “Fas 6 anys, tria un llibre”

A partire dal 2016, il Gremi de llibreTERS de Catalunya, con il sostegno della Generalitat, porta avanti la campagna “Fas 6 anys, tria un llibre!” che consiste nel regalare un libro ai bambini e le bambine a loro scelta in occasione del loro sesto compleanno, giorno in cui ricevono una carta personalizzata tramite la quale possono prendere un libro in qualsiasi delle 368 librerie che partecipano alla campagna. Essa persegue diversi obiettivi: avvicinare le librerie ai bambini e alle loro famiglie, facilitare l’avvio della loro biblioteca privata come strumento di promozione della lettura, sostenere le librerie e le case editrici. Durante la prima edizione l’iniziativa ha raggiunto il 38% dei bambini e delle bambine di questa età; l’edizione del 2019 ha già raggiunto il 45% dei bambini, registrando un totale di 34.151 partecipanti. Sono stati acquistati 5.800 titoli diversi da più di 470 editori.

²⁶ *Ibidem.*

Il libro nelle strade

In Catalogna il libro è molto presente nelle strade. Non possiamo dimenticare come qui si sia istituito, già nel 1926, il Dia del llibre; esso è diventato una vera e propria festa cittadina che, il 23 aprile, riunisce milioni di persone allo scopo di acquistare libri – nel 2019 sono state vendute più di 1,64 milioni di copie, 55.000 titoli in un solo giorno – e una rosa²⁷. Anche se questa e molte altre iniziative possiedono una natura commerciale, sono spesso accompagnate da azioni e attività che tentano di avvicinare i libri ai lettori, in particolar modo a quelli più giovani.



Figura 13 – Cartello promozionale di Sant Jordi nelle biblioteche



Figura 14 – Sant Jordi nelle strade: soste nelle librerie e firma degli autori

Ma il libro è anche presente in un elevato numero di fiere e altri eventi che si tengono in diversi comuni al fine di facilitare il contatto tra i lettori e i libri²⁸. Alcuni di questi eventi sono di carattere generale, come la “Setmana del Llibre en Català” (Barcellona) organizzata, a partire dal 1983, dall’Associació d’editors en llengua catalana; essa si rivolge al pubblico generale e ha avuto un grande successo di pubblico. Nel 2019, più

27 Nel 1995 questa festa è stata dichiarata dall’Unesco “Giornata mondiale del libro e del diritto d’autore”, <<https://web.gencat.cat/ca/web/sant-jordi/llegenda-i-tradicio/dia-del-llibre>>.

28 Una relazione esaustiva di tutte le fiere che si svolgono può essere consultata sul sito web dell’Institut Català de les Empreses Culturals, <<https://icec.gencat.cat/ca/observatori/publicacions/llibre>>.

La necessaria formazione dei facilitatori di lettura

Tra le molte azioni volte alla promozione della lettura in Catalogna spicca la formazione dei facilitatori e dei mediatori. Questo è uno degli aspetti che i diversi settori professionali definiscono cruciale per il successo delle azioni di promozione della lettura e pertanto le autorità culturali hanno preso accordi con il settore universitario al fine di facilitare la formazione di coloro i quali si pongono come intermediari tra la lettura e il lettore, siano essi insegnanti, bibliotecari, pedagoghi, mediatori sociali o animatori culturali. In primo luogo, è il caso di evidenziare il Máster en biblioteca escolar y promoción de la lectura, inaugurato nel 2008 da la Universitat Autònoma de Barcelona e la Universitat de Barcelona: orientato più che altro al mondo educativo, è giunto a 11 edizioni³⁵. Successivamente, e come iniziativa derivata dal primo Plan de lectura de la Generalitat, è stato attivato un corso di specializzazione di Mediació cultural en foment de la lectura, con il concorso del Consell català del llibre infantil i juvenil e di una fondazione collegata a una casa editrice, la Fundació Bromera per al foment de la lectura; il corso ha avuto due edizioni, tra il 2010 e il 2011. Attualmente il Plan nacional de lectura prevede la formazione di facilitatori di lettura attraverso il corso post laurea in Prescripció lectora della Universitat de Barcelona, giunto alla quarta edizione³⁶.

I risultati delle campagne di promozione della lettura

La valutazione spesso è uno dei punti deboli delle campagne e delle azioni di promozione della lettura dato che, normalmente, non viene realizzata in maniera periodica e i risultati ottenuti non vengono pubblicati con accesso libero. Nel caso dei piani promossi dall'amministrazione, nel migliore dei casi viene dato conto della loro esecuzione fornendo un cronoprogramma e percentuali di completamento dei diversi obiettivi. Certo, non è facile misurare l'impatto che queste campagne hanno visto che spesso si tratta di azioni a lungo raggio, con risultati difficili da collegare alle azioni intraprese. Tuttavia, proveremo di seguito a individuare alcuni elementi utili alla riflessione.

Buoni numeri con ampio margine di miglioramento

Come prima constatazione si può osservare come, nel suo complesso, le diverse iniziative intraprese contribuiscano, molto probabilmente, a migliorare il panorama della lettura, seppur in modi diversi. In alcuni casi si può osservare un aumento complessivo dei dati, sulla base di indicatori come il tasso di lettura, come espresso nel bilancio del Plan de lectura 2012-2016 che nei suoi quattro anni di durata ha visto incrementare di più di cinque punti il tasso di lettori in Catalogna (dal 62,3% al 67,8%), un dato molto vicino al 68% europeo registrato nello stesso anno³⁷. Questo indice, che essenzialmente misura la percentuale di lettori di libri, ha continuato ad aumentare fino al 68,4% fornito dai dati più recenti. Aumentano gradualmente anche altri dati, come la partecipazione alle biblioteche, che cresce di sette punti,

35 Per conoscere nel dettaglio le caratteristiche del programma pedagogico si può consultare: Teresa Colomer Martínez; Mónica Baró Llambias, *Primer master oficial de Bibliotecas escolares*, «Cuadernos de literatura infantil y juvenil», 22 (2009), n. 224, p. 34-36.

36 Per conoscere nel dettaglio le caratteristiche del programma pedagogico si può consultare Teresa Mañà Terré, *El postgrau de Prescripció lectora de la Universitat de Barcelona*, «Bid», 2019, n. 42, <<http://bid.ub.edu/42/mana.htm>>, DOI: 10.1344/BiD2019.42.13.

37 Quim Torrent Frigola, *Introducció*. In: *Pla de lectura 2020*. 2020, <<https://cultura.gencat.cat/ca/departament/plans-i-programes/ambit-sectorial/pla-de-lectura-2020/venim-de-lluny/introduccio/>>.

dal 23,7% del 2015 al 39,9% del 2018. Aumentano anche i lettori sui supporti digitali, dal 52,9% del 2011 al 73,1% del 2018. Tuttavia, ad esempio, resta una pratica residuale l'ascolto di audiolibri (1,3% nel 2018), il che contrasta con le pratiche di altri paesi nelle nostre vicinanze, e che potrebbe avvicinare 'la lettura' a molte persone che, per cause diverse, non sono riuscite a entrarvi in rapporto.

Biblioteche attive che non sono percepite come agenti facilitatori

Biblioteche e librerie possiedono uno scarso peso come facilitatori di lettura. La stragrande maggioranza degli adulti che è in cerca di consigli di lettura lo fa consultando gli amici (69,5%) e, i minori di 24 anni, anche attraverso i *social media* (37,7%). Le biblioteche si fermano al 5,4% e le librerie al 2,9%. Il fatto che le fonti specializzate o gli agenti di riferimento (librerie e biblioteche) non appaiano in una posizione di rilievo come facilitatori di lettura colpisce, dato che si tratta di attori molto impegnati nelle campagne e nella realizzazione di attività molto partecipate. La formazione continua può essere un elemento fondamentale per migliorare la competenza dei professionisti e, con essa, la sua incidenza sull'orientamento alla lettura dei genitori in questo settore, necessariamente intermediato dagli adulti.

Campagne che non ampliano il pubblico

Alcuni autori hanno recentemente sottolineato la necessità di analizzare e identificare chi sia il pubblico che partecipa alle fiere o alle diverse iniziative promozionali poiché sembra che esse incidano su un pubblico molto specifico, già motivato alla lettura, raggiungendo difficilmente i nuovi lettori e ampliando in tal modo poco lo spettro della lettura. Ciò è particolarmente palpabile nelle iniziative rivolte ai bambini e ai loro genitori che si realizzano in ambienti specifici e controllati come le biblioteche, dove si evidenzia come siano in pochi, e sempre gli stessi, coloro i quali partecipano alle attività. Per contrastare questa tendenza, e se l'obiettivo è quello di migliorare il livello della lettura tra la popolazione infantile, è fondamentale promuovere campagne dirette agli adulti che vivono con loro, poiché, come indicano alcuni studi internazionali, sono loro uno degli agenti che detiene maggior influenza sui bambini e le bambine e sulla loro abitudine alla lettura³⁸.

Un altro tipo di iniziative di grande successo, che sembra tuttavia non aver raggiunto tutti i lettori, è costituito dai gruppi di lettura per adulti proposti dalle biblioteche pubbliche, un'iniziativa che finisce per essere molto chiusa, alla quale partecipa di sovente sempre una determinata tipologia di lettori: donne, tra i 45 e i 65 anni e di medio livello culturale. In ogni caso, se il modello sembra aver avuto successo, si dovrebbero compiere alcuni sforzi per estenderlo ad altri gruppi più a rischio d'essere esclusi dalla lettura, specialmente quelli costituiti da persone di altre lingue e culture.

Fasce di popolazione che richiedono maggior attenzione

Come constatato dagli studi, la frequenza e l'abitudine alla lettura diminuiscono con l'aumentare dell'età, aspetto molto diffuso tra le persone con più di 65 anni e una formazione di livello primario: essi sostengono a tal proposito che leggere richiede uno sforzo e una concentrazione che la vita quotidiana non richiede. C'è tuttavia da considerare che questa fascia di popolazione aumenterà nei prossimi anni, e anche se si eleverà il loro livello di istruzione, e con esso le loro abitudini di lettura, sono

38 Cfr. Martin Hooper, *Troubling trends: an international decline in attitudes toward reading*, «EA Compass», 2020, n. 8, <https://www.iea.nl/sites/default/files/2020-03/Compass_brief_8_Troubling-trends.pdf>.

molte le difficoltà di ordine fisico o economico che possono limitare il loro approccio alla lettura, sia come meccanismo di crescita personale sia come attività svolta nel tempo libero. Tutto ciò dimostrerebbe la necessità di attuare campagne dirette specificamente a questa fascia di popolazione, seguite da iniziative specifiche che potrebbero concretizzarsi nella pubblicazione di materiali adattati – libri semplificati o libri con caratteri grandi – ma che potrebbero anche constare in azioni a sostegno della pubblicazione di audiolibri o di materiale digitale e in iniziative di promozione dell'uso dei dispositivi digitali che si adattano alle diverse esigenze di lettura.

Un'altra fascia di popolazione che richiede un'attenzione speciale da parte delle politiche di lettura sono i giovani. I dati che abbiamo fornito dimostrano che questa è una fascia d'età in cui i non lettori sono aumentati significativamente, passando dal 12,8% tra i bambini dai 10 e i 13 anni al 32,4% tra quelli dai 14 ai 18 anni, per cui diventa imprescindibile l'attuazione di campagne specifiche per recuperare questi nuovi non lettori, a maggior ragione se si considera che la maggior parte dei lettori afferma d'essersi appassionata alla lettura attorno ai 15 anni.

Attenzione ai cambiamenti di tendenza

Le campagne di promozione della lettura dovrebbero tener conto di alcune dinamiche che si sono evidenziate negli ultimi anni, come l'introduzione della lettura digitale in età sempre più precoce, come dimostrano i dati più recenti sulla lettura: per gli adolescenti tra i 10 e i 13 anni l'ultimo libro letto è in formato cartaceo nel 95,3% dei casi e in digitale solamente nel 4,7%, mentre tra quelli compresi tra i 14 e i 18 anni è in formato cartaceo nell'85,7% dei casi mentre il formato digitale raggiunge il 14,3%, un aumento significativo rispetto alla fascia d'età precedente.

Come osservato da alcuni studi, è quindi necessario che le campagne di promozione della lettura estendano definitivamente la loro attenzione dal libro stampato includendo la lettura multimodale, sfruttando cioè tutte le potenzialità offerte dagli ambienti digitali³⁹.

Tutto ciò dovrebbe essere visto come un'opportunità per evitare, per esempio, che molti adolescenti abbandonino la lettura nel passaggio verso la giovinezza o anche per facilitare l'accesso alla cultura scritta ad altre fasce d'età che tendono a distanziarsi dalla lettura anche a causa delle loro condizioni di natura fisica. Tuttavia, si dovrà tener conto di come ancora gran parte della popolazione si trovi ai margini di queste tendenze, che il divario digitale è ormai una realtà indiscutibile e che sarà necessario, pertanto, proporre iniziative di alfabetizzazione legate alle nuove forme di lettura e anche ai suoi nuovi ambienti di fruizione per evitare una nuova esclusione dalla lettura.

In ogni caso, si tratta di integrare queste due pratiche culturali concentrandosi più nella sostanza che nella forma e utilizzando i benefici di entrambe per promuovere la lettura, il che a volte può metterci davanti a un cambio di prospettiva riguardo la sua promozione, la cui efficacia è ormai limitata dai vecchi metodi con cui si promuoveva. Nei nuovi contesti, il lettore acquista maggior protagonismo; egli ha oggi più canali per assumere il ruolo di facilitatore, condividendo e commentando le sue letture e collocandosi su un piano di parità con insegnanti, bibliotecari, esperti di cultura e di politica i quali, fino ad oggi, hanno determinato che cosa fosse la lettura e come dovesse essere promossa la sua pratica.

³⁹ In relazione alle nuove tendenze riguardanti la promozione della lettura si può consultare l'*Anuario AC/E 2018 de cultura digital* cit.

Articolo proposto il 13 luglio 2020 e accettato il 29 settembre 2020.

ABSTRACT AIB studi, 60 n. 2 (maggio/agosto 2020), p. 361-383. DOI 10.2426/aibstudi-12217
ISSN: 2280-9112, E-ISSN:2239-6152

MAITE COMALAT NAVARRA, Universitat de Barcelona, Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals, Barcelona, e-mail comalat@ub.edu.

MÒNICA BARÓ LLAMBIAS, Universitat de Barcelona, Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals, Barcelona, e-mail baro@ub.edu.

La lettura in Catalogna: analisi dei dati sulle pratiche di lettura e delle campagne di promozione della lettura

Il presente articolo presenta le campagne di promozione della lettura realizzate in Catalogna, i loro soggetti promotori e il loro impatto sulla popolazione. Viene inoltre analizzata l'incidenza delle pratiche di lettura nell'ambito familiare e delle iniziative in ambito educativo riguardo la lettura dei minori. Allo stesso modo, vengono descritte e valutate le iniziative intraprese da altri soggetti culturali – biblioteche e librerie, in particolare modo – così come l'impatto di eventi quali fiere e manifestazioni legate alla promozione della lettura. Nonostante il crescente numero di queste attività e l'impegno degli attori coinvolti, i risultati delle indagini disponibili non consentono di osservare il miglioramento che ci si attendeva e pongono in evidenza la necessità di sviluppare maggiori strumenti per la raccolta dei dati e l'ottenimento di informazioni per la valutazione di queste iniziative.

Reading in Catalonia: analysis of data on reading practices and campaigns to promote reading

The article presents the reading campaigns carried out in Catalonia, the agents behind them and their impact on the population. Also analyzed are the influence of reading practices in the home environment and of initiatives promoting child's literacy carried out by educational institutions. Likewise, the article describes and evaluates the measures implemented by other cultural agents – especially libraries and bookstores – as well as the impact of events such as book fairs and reading campaigns. Despite the growing number of these activities and the efforts of the agents involved, available surveys do not show the expected improvements in reading habits. These data highlight the need to develop more instruments to collect data and obtain information to evaluate these initiatives.