

## UNA DEFINIZIONE *interessante*

di Silvia Blezza Picherle

*Le definizioni e le spiegazioni di che cosa sia la “promozione della lettura”, in Italia, non abbondano, anzi. Ci si limita piuttosto, in articoli e libri per lo più operativi sul tema, ad elencare una serie di proposte, strategie e attività da svolgere per promuovere la lettura.*

*Per questo motivo mi fa piacere proporre questa definizione di Paola Zannoner, scrittrice di talento da sempre impegnata in attività promozionali. C'è qualcosa in questo testo che ci deve far riflettere, perché ella, a differenza di quanto è solito accadere, suggerisce giustamente che promuovere la lettura dei testi di letteratura per ragazzi significa far apprezzare storie, autori, scritture, quindi **far entrare nel testo** e non rimanere invece sulla sua superficie.*

“La **promozione della lettura non** è da **confondere** con la **conoscenza dell’oggetto libro**, fase preliminare in cui si considera il supporto ma non il contenuto. Purtroppo **tra le due attività** permane una **certa confusione**, al punto che si sente parlare di “progetti lettura” i cui obiettivi in realtà sono libri come contenitori e supporti.

La **promozione della lettura** parte **dalla conoscenza** delle *storie*, degli *autori*, dei *generi narrativi*, della *letteratura* e il **suo fine** è proprio quello di **diffondere, far scoprire** ed **apprezzare** quelle **storie** e quegli **autori**.

**Promozione della lettura** significa **progetto pedagogico** che **tiene conto** principalmente dei *destinatari*, dei *loro gusti*, dei *loro bisogni* e delle *loro resistenze*: è un impegno di continuo rinforzo di ciò che si è impiantato. Il nostro lavoro si focalizza sulla **motivazione** e, a *differenza del lavoro didattico*, non ha finalità strumentali di apprendimento linguistico o contenutistico. **Ciò** che invece **ci interessa** è **aiutare il bambino o il ragazzo nella scelta, suggerirgli possibili percorsi di lettura**, poiché sappia trovare ciò che gli piace e gli serve. Il nostro è un **atteggiamento di complicità**, non di guida o di sostegno”.

(Paola Zannoner, *Per un uso creativo degli spazi. Attività nella bibliomediateca*, “Biblioteche e Scuola”, n° 1, 2001, p. 28)

*Mi sembra che questa definizione, pensata per i bibliotecari ma molto utile per i docenti, come pure per i promotori e gli animatori di letture, vada al cuore dell’agire promozionale e ci faccia capire come compito primario della promozione sia quello di aiutare i bambini e i ragazzi ad entrare nei testi narrativi, scegliendoli in base ai propri gusti ed interessi. In fondo tutto ciò era scritto tra le righe di alcuni importanti documenti scolastici che andremo ad analizzare.*

Ma **siamo sicuri** di **averla attuata** veramente questa promozione? O, soprattutto i docenti e molti animatori/promotori, hanno deciso, proposto, predisposto titoli, giochi e attività, a prescindere dai bambini e ragazzi?