

COME...UN LIBRO. GIOVANI LETTORI DIVENTANO AUTORI

*Lucio D'Abbicco, Scuola secondaria di primo grado Istituto Margherita, Bari,
ldabbicco@fastwebnet.it*

Abstract italiano

Gli studenti di due classi Seconde di Scuola secondaria di primo grado sono stati protagonisti di un progetto che li ha portati alla pubblicazione di un libro in stretta collaborazione con una casa editrice. Hanno potuto esperire i vari passaggi del processo editoriale: dalla elaborazione dell'idea al suo sviluppo, dalla scelta del titolo e del formato testuale alla elaborazione dell'apparato iconografico, dalla promozione del libro alla vendita; ognuno dei passaggi è stato concordato e discusso con l'editore. Il ricavato delle vendite del libro è stato devoluto in beneficenza. Il libro è stato inserito nel catalogo della casa editrice.

Parole chiave

Scuola, media tradizionali, lettura, scrittura, libro

English Abstract

Two classes of sixth grade students have been the protagonists of a project which has led them to publish a book in close cooperation with a publisher. They have experienced all the stages of the process of publishing: from the development of the initial idea, the choice of the title and the printout, the drawing of the iconographic setting, to the promotion of the book and its

selling. Each stage has been planned and discussed with the publisher. The proceeds from the sales have been donated to charity. The book has been included in the publisher's catalogue.

Keyword

School, traditional media, reading, writing, book

LUOGO: Scuola secondaria di primo grado Istituto Margherita, Bari
UTENTI: 35 studenti/esse, classi seconda A e B
DURATA PROGETTO: 20 ore circa di lavoro in aula, A.S. 2012-13
MATERIALI E TECNOLOGIE: PC, videoproiettore, scanner, materiali da disegno
PRODOTTO REALIZZATO: *Le avventure di Tomo*, Stilo editrice, Bari 2013

*Il mio nome Tomo è
e in questo libro...parlerò di me!!!
Sono il libro, è strano vero?
Ma io sto dicendo per davvero.
Da dove provengo e come son nato,
in questo testo vi sarà illustrato. [...]
Tante persone lavoran per me,
e mi fanno sentir come un re.
Autore, grafico ed editore
mi si dedicano per ore e ore.
Dopo vado in libreria
aspettando che qualcuno mi porti via.
Una volta che mi ha comprato,
spero sia un lettore educato:
che mi tratti con giusta cura
e con me viva una grande avventura!¹*

1. Introduzione

Per cominciare, una dichiarazione in nome dell'onestà: la presente esperienza è nata in maniera non prevista. È successo che chi scrive si sia trovato a partecipare a una certa riunione presso una casa editrice – la stessa che diverrà compagna di viaggio di questa avventura – nel corso della quale l'editore espresse l'auspicio che si potessero attivare laboratori sul libro nelle scuole. Questa idea si è subito insinuata nella testa dell'insegnante/media educator che ha cominciato a elaborarla, condividerla e darle forma di progetto didattico. L'impostazione di riferimento implicitamente adottata è stata quella classica delle sei categorie dei media, elaborata dal British Film Institute (Cappello, 1995)².

¹ Dal risvolto di copertina de *Le avventure di Tomo*.

² Sinteticamente secondo questa elaborazione i sei aspetti chiave della media education sono: le istituzioni dei media (chi comunica e perché); le categorie dei media (di che tipo/genere si tratta); le tecnologie dei media (come viene realizzato il testo); il linguaggio dei media (in che modo si capisce, cosa vuol dire il testo); il pubblico dei media (chi riceve il testo e con quali significati); media e rappresentazione (come il testo presenta il suo oggetto).

Il percorso è stato denominato genericamente «Progetto libro», ma in questa sede ci piace chiamarlo con il nome che assumerà il prodotto finale, ovvero la pubblicazione, *Le avventure di Tomo*.

L'esperienza è stata realizzata dalle due classi seconde della scuola secondaria di primo grado Istituto Margherita di Bari nell'anno scolastico 2012/13. Si tratta di un istituto comprensivo privato – è retto dalla Congregazione delle Suore di Carità – e al suo interno sono attivi tutti gli ordini di scuole, dall'infanzia al liceo classico.

2. Il progetto

Le avventure di Tomo si colloca all'interno di un percorso didattico che pone al centro il libro come oggetto culturale nella molteplicità dei suoi aspetti: creativi e contenutistici, ma anche industriali ed economici. Programmi di varie discipline d'insegnamento – Storia e Tecnologia – prevedono che tale argomento venga trattato nel corso della seconda classe della scuola secondaria di primo grado. A ciò si aggiunge la particolare attenzione formativa e didattica che da sempre l'Istituto Margherita riserva alla lettura: riteniamo, infatti, che tale abilità rimanga una risorsa basilare nella formazione dei giovani, pur in una temperie culturale sempre più spostata verso la multimedialità digitale.

I ragazzi che hanno scritto questo libro partecipano ogni anno alla *Festa dei lettori*, promossa dall'Associazione i *Presidi del libro*, incontrano autori di libri letti a scuola, hanno a disposizione una ricca biblioteca, resa viva e presente nella quotidianità scolastica da una docente che a essa si dedica in maniera esclusiva.

Tuttavia, la regola aurea da noi sempre applicata è il «primo diritto del lettore» suggerito da Pennac: il diritto di non leggere. Siamo assolutamente convinti che la lettura più efficace, cioè quella che davvero incide nella formazione integrale della persona, sia quella gratuita ed elettiva; perciò il nostro sforzo educativo è di accompagnare gli studenti, anche quelli più recalcitranti, alla scoperta di un'esperienza tanto più affascinante e diversa quanto più lo spirito dei tempi li spinge ad altro genere di consumi mediali. In tale prospettiva si colloca anche *Le avventure di Tomo*: un'attività in cui gli studenti si sono cimentati, dall'altra parte, nel ruolo speculare a quello del lettore.

Il soggetto individuato per il nostro libro è stato il libro stesso: la sua storia e l'evoluzione delle sue forme e tipologie – dalle tavolette di cera all'e-book; il processo di produzione; le modalità d'uso, alcune curiosità. L'idea narrativa è stata quella di raccontare tutto ciò in prima persona, attraverso la personificazione del libro in un personaggio di fantasia, Tomo, che ha dato il titolo alla pubblicazione.

3. Gli obiettivi

L'obiettivo ultimo era, dunque, quello di arrivare a produrre un vero e proprio libro, regolarmente pubblicato da una casa editrice. Naturalmente questa era la meta accattivante e motivante che doveva agganciare l'interesse dei ragazzi; il percorso è stato, però, scandito da molteplici obiettivi di natura didattica – quindi più strettamente legati al curriculum – e formativa:

- comprendere la complessità del libro come oggetto culturale e mediale, storicamente connotato;
- sviluppare abilità di ricerca;
- sviluppare abilità di scrittura secondo vari generi testuali: testo narrativo, espositivo-informativo;
- valorizzare ulteriori abilità quali ad esempio quelle grafico-pittoriche, ecc.;
- incentivare competenze relazionali attraverso il lavoro cooperativo e collaborativo;
- sviluppare competenze di problem solving.

Inoltre, l'esperienza ha voluto consolidare i rapporti tra scuola e famiglie in quanto le stesse sono state da subito coinvolte in varia misura e invitate a essere presenti ai momenti più significativi.

4. Il percorso

Il progetto è stato condiviso con il Consiglio di classe ed è stato coordinato dall'insegnante di Italiano con la collaborazione dei colleghi di Tecnologia e di Scienze motorie³. Il percorso è stato articolato in sessioni di lavoro con i due gruppi-classe riuniti e per gruppi di lavoro – unendo e mescolando gli studenti delle classi in base alla composizione dei gruppi di lavoro.

Momenti forti di avvio del lavoro sono stati l'incontro con l'editore⁴ – a scuola, in biblioteca – e l'incontro con il libraio⁵ – in libreria –, ovvero due figure chiave del processo di produzione del libro; durante questi incontri sono stati messi a fuoco i vari passaggi per arrivare alla pubblicazione, ma

³ Il coinvolgimento della collega di Scienze motorie è stato determinato più che da motivi disciplinari dalla spiccata passione e competenza della stessa nel campo della letteratura e dell'animazione alla lettura.

⁴ Il dott. Vito Lacirignola, direttore editoriale della casa editrice Stilo di Bari, che ha pubblicato *Le avventure di Tomo*.

⁵ Emanuele Martiradonna e Patrizia Scardigno della libreria per ragazzi «Svoltastorie» di Bari.

anche aspetti più personali relativi alle due figure professionali – «Perché ha deciso di fare questo lavoro?», ecc.

Successivamente gli studenti-autori hanno discusso e definito l'impostazione generale del libro, il target di riferimento e una prima ipotesi di suddivisione in capitoli; hanno, quindi, proposto una serie di titoli, scegliendone cinque che sarebbero stati sottoposti all'editore.

La divisione in gruppi è stata concepita in maniera che i ragazzi potessero sperimentare concretamente i vari aspetti della produzione. Gli «scrittori creativi» si sono, dunque, occupati di sviluppare il tessuto narrativo del libro, dando vita e parole al personaggio di Tomo. Gli «scrittori ricercatori», invece, hanno curato gli approfondimenti relativi alla storia del libro e ad alcune curiosità che lo riguardano – il libro più grande, quello più piccolo, il libro nell'arte, ecc. I «grafici» si sono dedicati all'apparato iconografico, dedicando particolare attenzione a dare un volto a Tomo⁶. Gli «addetti ai rapporti con l'editore» hanno avuto il compito di registrare puntualmente l'avanzamento dei lavori e relazionarne all'editore; in più hanno partecipato a una serie di riunioni presso gli uffici della casa editrice per discutere di tutti gli aspetti più legati alla pubblicazione in senso stretto: titolo, formato, copertina, tipo di caratteri da utilizzare, scelte cromatiche per le varie parti del testo, ecc. Il «gruppo marketing» infine, si è occupato della pubblicizzazione del lavoro e della successiva vendita del libro. Come detto in premessa, infatti, l'intento era quello di esperire anche gli aspetti commerciali ed economici dell'oggetto-libro: dunque il libro non solo doveva essere scritto, ma anche venduto!

Su questo fronte bisogna evidenziare che le problematiche relative all'impresa editoriale sono state risolte attraverso le sponsorizzazioni: investiti della questione i genitori degli studenti, un gruppo di questi ha raccolto una cospicua somma che è andata a coprire i rischi d'impresa dell'editore. In questa maniera si è potuto stabilire un prezzo di vendita del libro –5 euro– decisamente interessante; inoltre, si è potuto dare un risvolto ulteriore all'esperienza, decidendo, insieme agli sponsor, di devolvere l'intero ricavato delle vendite in beneficenza⁷.

Naturalmente per le vendite si è puntato a un target di facile 'aggressione': gli altri studenti dell'Istituto Margherita, in particolare quelli più piccoli – quarta e quinta classe della scuola primaria, prima classe della scuola secondaria di primo grado; come è ovvio, tale aspetto è stato preventivamente concordato con i docenti di quelle classi. Secondo le indicazioni dell'editore, la campagna di promozione delle vendite è cominciata prima che la pubblicazione fosse pronta: il «gruppo marketing» ha raccolto le prenotazioni del libro nelle classi interessate; ha, inoltre,

⁶ Questa parte del lavoro è stata supervisionata dal docente di Arte e immagine.

⁷ Destinataria del ricavato delle vendite de *Le avventure di Tomo*, circa 1.300,00 euro, è stata la casa-famiglia *Un battito d'ali* di Bari con la quale l'Istituto Margherita aveva già da tempo un rapporto di vicinanza e amicizia.

realizzato dei cartelloni pubblicitari che annunciavano l'imminente nascita di Tomo.

Il percorso è stato lungo e naturalmente vivace: da novembre 2012 a maggio 2013; i volumi si sono materializzati a sorpresa agli occhi dei ragazzi nel corso di un generico incontro culturale al quale erano stati invitati anche i genitori. Di lì a poco il libro è stato presentato pubblicamente in una libreria di Bari⁸. La casa editrice lo ha esposto, insieme alle sue altre pubblicazioni, al Salone del libro di Torino.

4.1 Le avventure di Tomo, quasi una scheda editoriale

Questo è l'indice del libro:

- Presentazione (doppia)⁹
- Introduzione
- Capitolo 1 Dall'argilla all'i-pad
- Capitolo 2 Come un testo diventa libro
- Capitolo 3 - Istruzioni per l'uso: maneggiare con cura!¹⁰
- Capitolo 4 - Curiosità
- Capitolo 5 - Librandoci...sulle ali della fantasia!¹¹
- Postfazione - Dalla lettura alla scrittura: il progetto del *Margherita* di Daniele Giancane¹².

Il volume consta di 102 pagine ed è stampato su carta lucida, a colori.

5. Valutazione, con poca ragione e tanta emozione...

La valutazione è da sempre l'aspetto più problematico dei processi di formazione - e ciò vale ancor di più per le esperienze di media education!

Ciò detto, di sicuro nel caso in oggetto sono stati utilizzati gli strumenti classici della valutazione scolastica - entro cui inevitabilmente doveva ricondursi l'esperienza fatta; in particolare alcune griglie per la registrazione del lavoro svolto da ciascuno studente. Seguendo i criteri suggeriti a suo tempo in ambito MED per la valutazione delle attività di

⁸ La «Svoltastorie» già citata; nel momento in cui si scrive è prevista un'altra presentazione pubblica presso La Feltrinelli di Bari.

⁹ La presentazione è stata scritta dai docenti curatori del progetto insieme al dirigente scolastico; è doppia in quanto la prima è dedicata ai bambini, la seconda è rivolta agli adulti.

¹⁰ Per questa parte gli studenti hanno rielaborato gli spunti contenuti nel simpatico video *Book*: <http://www.youtube.com/watch?v=iwPj0qgvfls>.

¹¹ In questo capitolo sono stati raccolti contributi creativi dei ragazzi filastrocche e brevi racconti - sul tema «libro».

¹² Daniele Giancane insegna Letteratura per l'infanzia presso l'Università degli studi *Aldo Moro* di Bari.

media education¹³, si potrebbe dire che l'esperienza fatta ha fornito conoscenze in merito all'universo mediale, ha attivato competenze rispetto ai codici e ai linguaggi e ha stimolato il senso critico.

Ma liquidare così l'aspetto valutativo sarebbe davvero riduttivo per *Le avventure di Tomo* che – come generalmente avviene nelle esperienze di media education – hanno generato dinamiche e sollecitato l'emergere di elementi che difficilmente possono essere ricondotti alla valutazione scolastica canonica. Parliamo dell'entusiasmo dei ragazzi nell'impresa – non di tutti, naturalmente, ma certo di molti – e dello spirito di gruppo che è uscito fortificato. Parliamo di A. che restava sempre un po' esclusa dalle dinamiche di classe e non brillava per rendimento scolastico, e che si è vista valorizzata nelle sue abilità grafiche – sua è l'elaborazione di Tomo utilizzata per la copertina del libro. Lo stesso può dirsi per N. che ha interpretato con grande serietà e impegno il ruolo di addetto ai rapporti con l'editore. Parliamo dell'emozione visibile negli occhi di S. – lettrice tra le più pigre e svogliate del gruppo – quando si è materializzato il volume frutto anche del suo lavoro. Parliamo del convinto sostegno ricevuto dai genitori e della pronta risposta alla richiesta di sponsorizzazioni. Parliamo della disinvoltura con cui C. e V. hanno condotto la presentazione pubblica del libro coinvolgendo i loro compagni. Parliamo del fatto che le 264 copie della prima tiratura sono andate esaurite in meno di dieci giorni.

E a questo punto dobbiamo parlare di una cosa assolutamente inaspettata e che, a giusta ragione, secondo noi, può essere ricondotta fra gli aspetti valutativi: fatta la prima tiratura – quella coperta dalle sponsorizzazioni –, l'editore ha ritenuto di realizzarne una seconda da inserire nel suo catalogo e, quindi, nel normale circuito commerciale; in sostanza ha riconosciuto a *Le avventure di Tomo* la dignità di una vera e propria opera editoriale - così come era negli intendimenti originari del progetto.

6. In conclusione

È possibile nel 2013 fare media education lavorando ancora sul medium-libro? Non è un'operazione di retroguardia, antistorica?

Così come in apertura abbiamo esordito con una dichiarazione nel nome dell'onestà, adesso esplicitiamo un dubbio che ci ha accompagnato non tanto nello svolgimento del nostro progetto, quanto nel momento in cui lo abbiamo dovuto ripercorrere per darne conto in queste pagine. E però dobbiamo subito affermare che il lavoro che ha portato a pubblicare *Le avventure di Tomo* è assolutamente calato nella temperie culturale e mediale del nostro tempo: il libro non sarebbe nato nei termini – e nei tempi – in cui è nato, se il lavoro non fosse stato impostato anche

¹³ Cfr. D'Abbicco e Felini (2004).

sull'utilizzo di determinate tecnologie della comunicazione – pc con videoproiettore, scanner, programmi di elaborazione grafica, posta elettronica per lo scambio di materiali fra docenti e insegnanti – e sulle competenze d'uso già presenti nei ragazzi – uso di pc, ricerca di informazioni in rete. Dunque si è realizzato un oggetto mediale 'vecchio' con tecnologie 'nuove'.

Al di là di questo aspetto puramente strumentale, restiamo assolutamente convinti della opportunità – che in prospettiva formativa si pone come necessità – di ampliare il bagaglio di competenze mediali degli studenti che – come già dicevamo in apertura – appare decisamente spostato sul versante delle ultime tecnologie. Non sappiamo se le disastrose rilevazioni dell'ultima indagine OCSE sulle capacità di lettura degli italiani¹⁴ siano da mettere in relazione con i dati ISTAT sui nostri «consumi letterari» – oltre la metà degli italiani non legge neanche un libro all'anno¹⁵; di certo lavorare sul libro a scuola significa anche ribadire la centralità di un'abilità che non solo non è superata, ma sempre più è avvertita come basilare nella società della conoscenza.

Bibliografia

- Cappello G. (1995), *Mass media, pedagogia, curriculum*. In R. Giannatelli e P. C. Rivoltella (a cura di), *Le impronte di Robinson*, Leumann (TO), Elledici, pp. 199-222.
- D'Abbicco L. e Felini D. (a cura di) (2004), *Cassetta degli attrezzi per valutare le attività di media education*, «InterMED», n. 2, pp. 10-13.
- Felini D. (2004), *Pedagogia dei media*, Brescia, La Scuola.
- Martinez-de-Toda J. (2002), *Le sei dimensioni della Media Education*, Roma, Pontificia Università Gregoriana.
- Pennac D. (1999), *Come un romanzo*, Milano, Feltrinelli.
- Weyland B. (2003), *Media, scuola, formazione*, Bolzano, Praxis Verlag.

¹⁴ Ottobre 2013.

¹⁵ Dati relativi al 2012.