

Un anno dopo

Per il sito della bibliocreatività si pone l'esigenza di passare dalla sperimentazione alla costruzione di un servizio consolidato

È passato poco più di un anno dalla presentazione del progetto della bibliocreatività: era il maggio 1999 quando, al Congresso AIB di Roma,¹ fece la sua comparsa sulle scene professionali l'ipotesi di creare su Internet una vetrina di idee riuscite, progetti nel cassetto e soluzioni di successo sperimentate da biblioteche pubbliche allo scopo di innovare i servizi, catturare nuovi lettori o fidelizzare vecchi clienti dall'aria poco convinta.

Negli stessi giorni usciva su questa rivista l'intervento di lancio dell'iniziativa,² nata dalla *partnership* tra "Biblioteche oggi" e la Biblioteca pubblica di Empoli, e attivata grazie alla collaborazione di Luca Ferrieri e Marilena Cortesini della Biblioteca di Cologno Monzese, di Meris Bellei del Servizio Biblioteche del Comune di Modena, e di Antonella Agnoli della Biblioteca di Spinea.

Nasceva così una sorta di supermercato virtuale, ove i bibliotecari sono invitati ad entrare, per mettere in un ideale carrello le idee e le soluzioni realizzate da altri colleghi: una volta tornati a casa, hanno il tempo di "cucinare" il prodotto adattandolo alle proprie esigenze, senza dover riprodurre l'intero percorso di tentativi ed errori già sperimentato dall'ideatore dell'oggetto in mostra.

Il principio che ispira il progetto è di quelli inossidabili: smettiamo di ripartire sempre daccapo, smettiamo una buona volta di riscoprire il fuoco e la ruota, visto che lo hanno già fatto i nostri antenati cavernicoli. Usiamo invece il benchmarking per copiare con intelligenza, individuando le esperienze più significative da adottare come metro di confronto. Sforziamoci di esaminarne i punti di maggiore forza, e di isolarne gli aspetti che possiamo introdurre anche nella nostra prassi organizzativa. Ma il mare che separa il dire dal fare rischia sempre di sommergere anche le idee più allettanti. E il supermercato virtuale della bibliocreatività ha somigliato nei suoi primi mesi di vita ad un grande magazzino di una città dell'est



europeo prima della caduta del muro: pochi acquirenti potenziali, scaffali vuoti o semi-vuoti. Per fortuna sono arrivate alcune occasioni pubbliche di confronto professionale che hanno attirato i primi espositori, e poi, nel marzo scorso, il grande appuntamento delle "Stelline", ove la bibliocreatività ha saputo fare la sua parte, grazie ad un bel corredo promozionale e uno stand allestito in pompa magna, con tanto di gigantografie di scaffali di supermercato (occidentale, beninteso).³

Oggi i soggetti che vedono i

propri prodotti esposti nel sito appartengono a nove regioni diverse; sono oltre 150 gli iscritti al gruppo degli "Amici della bibliocreatività", interessati a ricevere e fornire notizie in merito agli sviluppi del sito; giornalieri i contatti che il sito registra sul proprio contatore di accessi (ma si tratta di numeri incomparabilmente più bassi di quelli registrati dal sito della Ferilli: non facciamoci illusioni).

La redazione originaria ha avviato la creazione di una rete di contatti diffusi sull'intero territorio nazionale, allo scopo di far emergere esperienze ed iniziative innovative prodotte in realtà minori, lontane dai circuiti informativi consueti e meno alla ribalta dell'attenzione professionale.

Spegnere la prima candelina sulla torta di compleanno della bibliocreatività è dunque l'occasione per fare un bilancio della fase necessariamente sperimentale di questa esperienza, apprezzando i risultati ottenuti e nel contempo cercando di capire il significato delle difficoltà incontrate.

Un primo fattore di "rischio" sta nel termine stesso usato per caratterizzare il progetto. Si era detto subito che non si intendeva per bibliocreatività la caparbia capacità dei bibliotecari italiani di reinventarsi il proprio ruolo, riciclare le proprie abilità e far fronte con



Il sito della "bibliocreatività" è all'indirizzo <<http://www.comune.empoli.fi.it/biblioteca/bibliocreatività.htm>>

l'ingegno individuale alle carenze di risorse economiche ed umane. Si era detto che non si intendeva l'estro individuale di quel bibliotecario, che come un giocoliere riesce a tenere sospese nell'aria dieci palline colorate, grazie ad una abilità di cui madre natura lo ha dotato, a differenza di tutti gli altri personaggi del circo. Si era detto che l'ambito di azione non era limitato alla comunicazione e alla promozione, ma si estendeva naturalmente ai processi che portano innovazione all'organizzazione del lavoro, alla gestione del *back-office*, alla soluzione di problemi di servizio. Ma le parole hanno il loro peso: si portano sempre dietro le ambiguità e le incertezze che gravano sui concetti che denotano, e non c'è verso di diradare la nebbia che fanno scendere sui progetti che definiscono.

È davvero un curioso destino quello che lega quasi tutti i membri della redazione del sito della bibliocreatività, chiamandoli a gestire – prima al proprio interno e poi con gli altri colleghi – gli effetti conturbanti di espressioni provocatorie usate per denotare progetti tutto sommato “normali”, come è avvenuto a partire dal 1995 per le “biblioteche fuori di sé”.⁴

E la creatività, che già da sola



sopraggiunta incapacità, più spesso che per concorso pubblico. Dove si ritiene ancora che la buona volontà, l'estro, l'intelligenza possano dirsi coestesi al requisito della professionalità.

Non è un caso, quindi, che gli oggetti presentati nel sito si affollino soprattutto nello scaffale dedicato ai prodotti editoriali: scaffale dal quale occhieggiano gadget più o meno azzeccati, o seri strumenti informativi dall'evidente valenza promozionale.

fa i conti con numerosi preconcetti, quando viene applicata all'ambito bibliotecario nostrano dà vita ad un intero festival di fraintendimenti. Cosa invece ben comprensibile, in un paese dove si arriva a lavorare in biblioteca per punizione, per caso, per

E non è un caso neppure il fatto che in redazione siano arrivati numerosi bollettini, dépliant informativi, segnalibri realizzati con orgoglio autarchico, ricorrendo solo alla stampante, alla fotocopiatrice e alla mitica Fabriano bianca: oggetti spesso brutti, qualche volta bruttissimi, quasi mai prov-

visti dei requisiti minimi di innovazione in grado di renderli interessanti agli occhi dei colleghi: ma sempre veri e propri “piezz'e core”, costati ore di paziente lavoro, magari a casa propria e senza compenso. Oggetti “creativi”, appunto, ma nel senso diametralmente opposto a quello inteso dal ➤

La vetrina della bibliocreatività

Pubblichiamo di seguito la lista aggiornata dei prodotti presenti sul sito della bibliocreatività.

Ricordiamo che sul sito, all'indirizzo <http://www.comune.empoli.fi.it/biblioteca/bibliocreativita.htm> è possibile consultare, per ognuno di questi prodotti la scheda informativa redatta sulla base di una griglia analitica.

SERVIZI E SOLUZIONI ORGANIZZATIVE

Varie biblioteche: *Le biblioteche fuori di sé*

Biella, Biblioteca civica: *Un libro da adottare*

Cologno Monzese (MI), Biblioteca civica: *Taglie forti. Prestiti librari per bibliofagi e altri alieni*

Modena, Servizio biblioteche: *Il catalogo della Strega Teodora*

Moncalieri (TO), Biblioteca civica: *Pensare con gli occhi*

SLOGAN E CAMPAGNE PROMOZIONALI

Bolzano, Ufficio biblioteche della Provincia: *Libri, vitamine per la mente*

Cologno Monzese, Biblioteca civica: *Libri senza pace*

Modena, Servizio biblioteche: *Leggi dieci, paghi zero*

Moncalieri (TO), Biblioteca civica: *Prendiamoli in giro*

PRODOTTI EDITORIALI

Associazione italiana biblio-

teche (Roma): *CalendAIB*

Biella, Biblioteca civica: *Libri da divorare, menù natalizio*

Castelfiorentino (FI), Biblioteca comunale: *Bibliovital, 40 proposte di lettura contro l'invecchiamento del cervello*

Castelfiorentino (FI), Biblioteca comunale: *Bibliocd, proposte di lettura a basso volume*

Cologno Monzese (MI), Biblioteca civica: *Multi-face, la biblioteca dalle molte facce*

Empoli (FI), Biblioteca comunale: *Biglietti, fai viaggiare la tua mente*

Empoli (FI), Biblioteca comunale: *Bibliodonna, un anno di letture al femminile*

Gorizia, Biblioteca statale Isontina: *Cd-rom sui servizi*

Merano (BZ), Biblioteca civica: *Bibliobook*

Sanremo (IM), Biblioteca civica: *Un anno da leggere*

Sesto San Giovanni (MI), Sistema bibliotecario urbano: *La biblioteca a portata di mouse*

Sesto San Giovanni (MI), Sistema bibliotecario urbano: *Bibliomusic*

Sesto San Giovanni (MI), Sistema bibliotecario urbano: *Mettici l'anima*

Sesto San Giovanni (MI), Sistema bibliotecario urbano: *Travelbook*

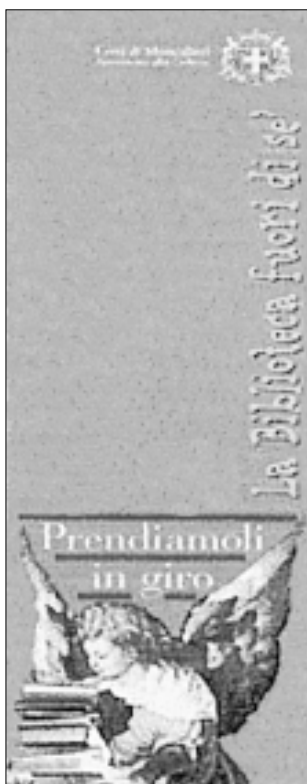
Torri di Quartesolo (VI), Biblioteca comunale: *Bibliocd, e tappe del cuore*





sito: topolini partoriti da montagne e montagnole spesso chiamate ad agire in condizioni di eroismo, ove la ristrettezza delle risorse copre – alibi affettuoso ma crudele – l'improvvisazione del momento e la totale mancanza di competenza specifica.

L'eroismo, l'estro, l'improvvisazione, la buona volontà, l'intelligenza e la "creatività" intesa come italice alternativa alla programmazione – presi uno per uno – possono tornare utili qualche volta al lavoro



Scagli la prima pietra quel bibliotecario che non si è accontentato dell'avviso riprodotto dall'unica fotocopiatrice funzionante nel giorno della crisi del toner; alzi la mano chi ha potuto disporre delle risorse per progettare a tavolino, al di fuori della sempiterna condizione di emergenza, un piano di comunicazione integrato rispetto alle diverse modalità di relazione con il pubblico.⁵ Stiamone certi: pietre e mani sono destinate a rimanere al loro posto.

Vengono in mente le autorevoli parole di Luigi Crocetti, che in un suo famoso intervento inanella alcuni sconfortanti esempi di cadute di stile a carico di musei e biblioteche pubbliche:

Propongo questa minuscola galleria di fatti e fatterelli come esempi di mancanza di stile. Ma perché proprio di stile? Possiamo parlare di stile in accezioni come queste? Un cartello, un giardino, un frontespizio non fanno piuttosto parte di ciò che ci siamo abituati a chiamare immagine? Certo; ma vorrei che s'intendesse come il concetto d'immagine scivoli troppo verso la pura ostensibilità e debba, se non vuol essere ingannevole, far parte a sua volta di qualcosa di più profondo: come dicevo prima, un modo di essere. L'immagine, per diventare un valore, non deve limitarsi a nascere dall'ingegnosa mente e dal raffinato gusto di uno stilista, ma deve sprigionare dalla vita stessa della biblioteca. Vorremmo riflettere qui su ciò che questi

in biblioteca, così come nel resto della vita reale; ma quando si riuniscono insieme fanno l'effetto di certi giovanottoni allo stadio: tirano fuori la loro parte peggiore, causano distruzioni, e possono danneggiare la reputazione di un intero paese.

...libri senza pace: roghi,
 ricerca liberata a cura della biblioteca civica di Cologno Monzese

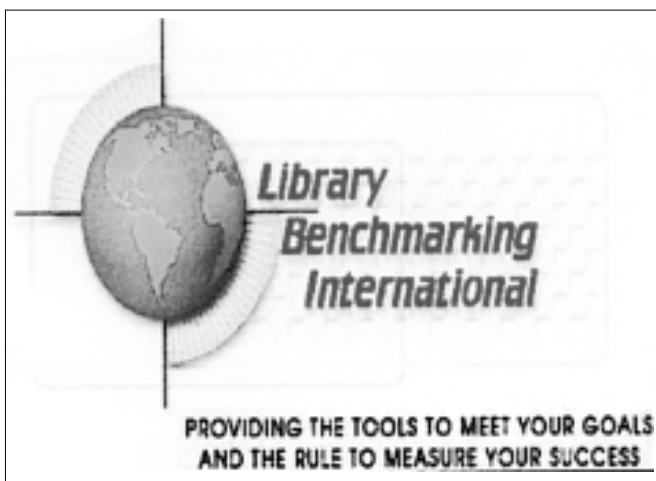
Per informazioni e arretrati visitate il sito www.biblioteca.cologno.comune.mi.it

Per informazioni:
 Biblioteca Civica piazza Mediano
 20053 Cologno Monzese
 tel. 02/25308374 fax 02/27300830
 E-mail: bibcolm@tinetwork.it
<http://www.biblioteca.cologno.comune.mi.it>

fatti sono prima ancora di funzionare come immagine e indipendentemente da questa.⁶

Il sito della bibliocreatività ha il merito di fotografare il bene e il male di una situazione che richiede a gran voce la nascita di una offerta pubblica e privata di strumenti, materiali, attrezzature e competenze capaci di ridurre il tasso di casualità rilevabile almeno nelle azioni cosiddette promoziona-

li, sul cui carattere "creativo" nessuno nutre dubbi. Ha il merito di far crescere la consapevolezza che sia necessario uno specifico addestramento professionale non solo per catalogare con competenza, ma anche per comunicare con efficacia e produrre materiali, oggetti, situazioni organizzative in grado di migliorare il posizionamento della biblioteca nella comunità.



La sezione dedicata alle proposte di lettura in lingua inglese non a caso è la più sviluppata di tutto il sito: basta una semplice incursione nella letteratura professionale anglosassone per arricchire il proprio cantiere di una quantità impressionante di manuali e testi dedicati agli aspetti creativi dell'azione promozionale o in generale di relazione con il pubblico. La presenza di un manuale dedicato alle tecniche e ai segreti su come fotografa-

re la biblioteca (presentato proprio in questa rubrica da Meris Bellei) è emblematica di una maturità nell'approccio a questi temi che noi abbiamo ancora tutta da conquistare.

Questa distanza tra "noi" e "loro" è il terreno di coltura di quella "creatività negativa" che la bibliocreatività vorrebbe colmare e addestrare, stimolando l'imprenditorialità delle biblioteche, invitando il mercato privato a cogliere l'esistenza di una domanda potenziale, e proponendo all'AIB di sviluppare – sulla falsariga dell'esperienza dell'ALA – la propria naturale funzione di collettore, promotore, distributore e (perché no?) anche venditore di beni e servizi ad alto valore creativo aggiunto.

Un'ultima osservazione, che si pone sia come "comunicazione di servizio" ai vari soggetti contattati dalla redazione negli ultimi mesi, sia come alta voce sull'ap-

proccio prevalente tra i bibliotecari italiani riguardo al confronto tra esperienze.

Recuperare le informazioni necessarie alla redazione delle schede relative agli "oggetti" da presentare nel sito è stato e continua ad essere in qualche caso un lavoro improbo. Ripetuti e sempre più imploranti i contatti telefonici della redazione con i colleghi invitati a promuovere sul sito una iniziativa o una attività della loro biblioteca; rassicuranti ma senza seguito le promesse sull'invio immediato delle notizie richieste. Oggi stesso, o al massimo domani. Poi, silenzio. Nuove telefonate, nuove rassicurazioni, nuovi silenzi. Cattiva volontà? Disinteresse verso un'opportunità gratuita di far conoscere le proprie iniziative? Malagrazia verso le occasioni di confronto professionale? Niente di tutto questo. È che a noi bibliotecari non interessa il "dopo". Abbiamo dedicato tempo, cuore e cervello alla cura di una iniziativa, poi passiamo oltre. Promuovere le realizzazioni della nostra biblioteca fuori dal loro contesto naturale ci imbarazza, ci fa sentire in colpa, e soprattutto ci sembra un lusso quasi imperdonabile. Far sapere che facciamo bene il nostro lavoro ci sembra – questo sì – una caduta di stile. È la mancanza di abitudine al confronto di esperienze che ci fa compiere questo errore di valutazione; la stessa mancanza di abitudine che ci induce a vivere al pari di un'offesa personale una valutazione negativa o una semplice perplessità espressa da un collega nei confronti di un prodotto della nostra biblioteca. E ad uscire fuori con il richiamo alla scarsità delle risorse, alla flebile collaborazione dei colleghi, alla indifferenza dell'assessore di turno. Tutto vero, per carità. Beate le biblioteche che non hanno bisogno dei creativi.

Maria Stella Rasetti



Note

¹ <<http://aib.it/aib/congr/co99/index.htm>>.

² Cfr. MARIA STELLA RASETTI, *La creatività come valore aggiunto*, "Biblioteche oggi", 17 (1999), 4, p. 86-87.

³ Cfr. *In tanti a Milano per il Convegno delle Stelline*, "Biblioteche oggi", 18 (2000), 3, p. 76-77.

⁴ La denominazione "biblioteche fuori di sé" fu coniata in occasione del convegno svoltosi a Castelfiorentino nel 1995, al quale appunto parteciparono tutti i membri dell'attuale redazione della bibliocreatività, con l'unica eccezione di Antonella Agnoli. Gli atti di quel convegno sono stati pubblicati su "Biblioteche oggi", 14 (1996), 8, p. 10-27.

⁵ Chi scrive vanta – si fa per dire – per la propria biblioteca uno dei più brutti bollettini novità in circolazione, e l'assenza di una linea editoriale omogenea: a dimostrazione del fatto che, purtroppo, esaminare il contenuto della bisaccia davanti di per sé non è utile ad alleggerire il peso della bisaccia che pende dalle spalle. *Mala tempora currunt*.

⁶ Cfr. LUIGI CROCETTI, *Lo stile della biblioteca*, in *Il nuovo in biblioteca e altri scritti*, Roma, AIB, 1994, p. 38 (l'intervento era stato originariamente pubblicato in *La cultura della biblioteca*, Milano, Editrice Bibliografica, 1988, alle p. 223-228). ➤

