

Comunicare una piazza del sapere - 1

MARIA STELLA RASETTI

Direttrice della
Biblioteca San Giorgio di Pistoia
m.rasetti@comune.pistoia.it

Primi appunti di laboratorio dalla Biblioteca San Giorgio di Pistoia, a cinque anni dalla sua apertura

*In teoria non c'è differenza fra la teoria e la pratica.
Ma in pratica c'è.*
(Yogi Berra)

La piazza del sapere a Pistoia: dall'idea alla sua realizzazione

La Biblioteca San Giorgio di Pistoia, aperta al pubblico dal 23 aprile 2007, rappresenta una delle esperienze più interessanti nel panorama delle nuove biblioteche pubbliche italiane: “piazza del sapere”¹ in senso culturale e architettonico assieme, con i suoi grandi spazi trasparenti e plurali, si è guadagnata da subito il primo posto nel cuore e nell’agenda dei cittadini pistoiesi,² che l’hanno eletta come mèta preferita fra tutti gli altri spazi pubblici ad accesso libero. I grandi numeri esibiti dalle statistiche di servizio, che dal 2007 non accennano a rallentare la corsa verso l’alto, ne fanno oggi una eccellenza per una città media come Pistoia,³ già apprezzata a livello nazionale e internazionale sul fronte dei servizi educativi per la prima infanzia. L’ampio successo di pubblico e di critica ha aiutato il *team* della San Giorgio a far fronte con grazia alle manchevolezze di progetto e di realizzazione che hanno impedito il pieno dispiegarsi di tutte le potenzialità contenute nell’idea originaria.⁴ Lacune ed errori, per quanto capaci di ridimensionare le possibilità di azione concreta, per fortuna non hanno raggiunto una consistenza tale da rendere impraticabile la traduzione operativa della *vision* nativa. Anzi, cinque anni non sono bastati per esplorare tutte le opportunità che una struttura del genere è risultata capace di offrire, sia pure con le pecche e le imperfezioni evidenziate dall’uso quotidiano. L’esper-

ienza ha dunque sostanzialmente non corrosato il giudizio positivo che compariva in apertura dell’interessante *dossier* pubblicato su questa stessa rivista, a poche settimane dal taglio del nastro: “una sintesi riuscita tra progetto biblioteconomico e progetto architettonico”.⁵ L’impatto straordinario della struttura, che ha simbolicamente avviato il percorso di rilancio di un’intera area urbana, ha manifestato da subito una dimensione comunicativa estremamente potente, che negli anni precedenti all’apertura al pubblico è stata governata con sapienza dall’allora direttore Maurizio Vivarelli, tramite azioni di “lancio” della nuova biblioteca, concretizzate in importanti rassegne letterarie, convegni, seminari, incontri. Fra i tanti pregevoli eventi, si ricorda qui, per brevità, solo quello più vicino agli specifici temi della comunicazione, ovvero il seminario *Lasciare il segno. Identità e strategie comunicative e di promozione delle biblioteche pubbliche*, svoltosi il 6 dicembre 2007 a latere dell’omonima mostra organizzata grazie ad uno speciale finanziamento regionale, che vide protagonisti personaggi di rilievo primario nella professione bibliotecaria, quali Giovanni Solimine, Giovanni Di Domenico, Anna Galluzzi, Luca Ferrieri e Marilena Cortesini. Molto efficaci le azioni comunicative condotte sotto la guida dell’agenzia Comunica di Firenze,⁶ incaricata di ideare il logo, realizzare alcune belle campagne fotografiche e produrre tutti i materiali connessi all’inaugurazione: una elegante guida informativa a libretto e a schede mobili, il calendario 2008 da tavolo, le sagome a grandezza naturale dei lettori-*testimonial* (che negli anni hanno “passeggiato” all’interno della biblioteca senza che la freschezza del messaggio originale si sia persa), alcuni manifesti promozionali. Appartiene a Comunica anche l’originale idea di “timbrare” i mar-



Sagome di lettori "passeggiano" all'interno della biblioteca

ciapiedi pistoiesi col logo della San Giorgio, costellando la città di tracce da seguire, come nella fiaba di Pollicino: tracce che sono rimaste visibili anche ad anni di distanza, e che il tempo ha sbiadito solo dopo aver permesso ai pistoiesi di conoscere a menadito i percorsi verso l'amatissima biblioteca.

In una struttura destinata a spostare il baricentro della città,⁷ non c'è da meravigliarsi che la dimensione comunicativa abbia giocato da subito un ruolo strategico, integrandosi in modo fortissimo con le diverse componenti del fare servizio: la struttura architettonica si impone già da sola con una potenza comunicativa straordinaria, sollecitando con forza le diverse faccette del macrocosmo relazionale all'interno del quale gli operatori fin dal primo giorno sono andati ad attuare le grandi parole d'ordine della San Giorgio (*biblioteca per tutti, locale, trasparente, flessibile, plurale*), interagendo con utenti, amministratori, comunità di riferimento e altri *stakeholders*. Le risposte a tali sollecitazioni, però, non sono state tutte disponibili fin dall'inizio, ma al contrario sono maturate assieme alla produzione del servizio: per molti mesi dopo il taglio del nastro la biblioteca ha fatto i conti con le incertezze sul suo stesso nome,⁸ sull'adozione di una immagine coordinata che riuscisse ad abitare la comunicazione quotidiana, oltre agli eventi speciali presidiati dall'Agenzia, sulla scelta di un completo

sistema di segni di auto-rappresentazione, che sarebbe comparso solo molto più tardi. Ancora tutto da fare il percorso sulla comunicazione via internet; ancora da consolidare lo spirito di squadra del gruppo di lavoro, che ha cambiato direttore dopo circa un anno dall'apertura, e che si è rinnovato dal punto di vista generazionale con l'assunzione a tempo indeterminato di ben otto unità di personale in un colpo solo, per poi fare i conti con il successivo stillicidio di trasferimenti e pensionamenti, senza poter più osare altri colpi simili.

Nei suoi primi cinque anni la San Giorgio si è perciò caratterizzata come un gigantesco *work in progress*, fatto di ritardi da recuperare e accelerazioni da sperimentare: alle prese da subito con la crisi economica che ha falciato i capitoli di spesa, è stata costretta a misurarsi con l'impossibilità di acquistare i libri richiesti dagli utenti, sostituire i computer distrutti dall'uso, riparare le attrezzature che non hanno retto all'impatto del pubblico, o finanziare l'organizzazione di eventi culturali all'altezza di una reputazione schizzata al di sopra delle più rosee aspettative.

Ad essere malvagi e prevenuti, si potrebbe imputare l'origine di tali difficoltà al classico calo di attenzione che tradizionalmente coglie sindaci e assessori in un Paese più amante delle inaugurazioni che delle manutenzioni,⁹ una volta portato all'incasso elettorale

lo straordinario successo per la nuova realizzazione. La realtà dei fatti ha invece visto l'intera Amministrazione aderire fortemente ai valori della biblioteca; un'adesione convinta e sincera, che però – di fronte ai morsi della crisi – non è riuscita a garantire qualcosa in più rispetto alla semplice “tenuta” delle posizioni, senza offrire quell'incremento di risorse che l'avvio di un'avventura del genere implicitamente richiedeva.

Attuare l'idea della San Giorgio ha dunque significato “fare i conti con i conti”, imparando a destreggiarsi tra gli effetti distorsivi dello *zero budget*, per combattere quotidianamente la guerra fratricida tra potenzialità e realtà. Ai due schieramenti opposti, l'esercito armato fino ai denti, ben nutrito e addestrato, delle opportunità da cogliere, protette nelle loro armature splendide e scevre di qualunque ammaccatura; dall'altro lato una pattuglia di bibliotecari pronti a combattere per la causa, ma con qualche problema di munizionamento e supporto logistico: soldati che avrebbero di gran lunga preferito poter attribuire solo alle carenze della propria strategia bellica il fatto di non essere riusciti a catturare tutte le opportunità, per trasformarle in realizzazioni effettive.

Questo saggio si propone di mappare i sentieri di riflessione e azione che quei soldati hanno seguito, durante la loro battaglia quotidiana tra il 2008 e il 2012: una ricostruzione che non aspira alla sistematicità, ma – più realisticamente – si propone di offrire un resoconto ordinato delle scelte adottate sul fronte della comunicazione. La narrazione avrà l'effetto di regalare un generoso equilibrio narrativo a fatti ed eventi che, nel momento in cui hanno popolato la vita vera della biblioteca, si sono svolti in modo a volte caotico e talvolta anche casuale, dovendo fare i conti con le asprezze e le discontinuità della realtà quotidiana.

D'altronde, i percorsi di ricostruzione autobiografica di per sé hanno una componente di “razionalizzazione” che tende ad arricchire di senso compiuto il vissuto personale o, come in questo caso, istituzionale. Raccontarsi porta a impresiosire di nessi semantici ciò che è stato percepito dagli stessi attori in gioco come dotato di un corredo più povero di richiami interni: come a dire che, quando si è dentro le situazioni, ci si limita a costellare il foglio di puntini, ma quando ce ne allontaniamo, la distanza che il tempo ha posto tra noi e gli eventi ci offre l'opportunità di unire tali puntini, rivelando l'esistenza di un disegno apparentemente nascosto.

Raccontarsi significa anche venire a patti con le proprie mancanze, riconciliarsi con i limiti del contesto, assumersi la responsabilità dei risultati raggiunti e degli obiettivi

mancati, apprendere da se stessi, accettare la sfida di voltarsi indietro non per chiudere i conti, ma per intraprendere, forti di un bagaglio più ricco, un nuovo viaggio formativo e incoraggiarsi a vivere altre avventure.¹⁰

La San Giorgio e la sua gente: dalla “biblioteca per tutti” alla “biblioteca di tutti”

L'apertura della San Giorgio è stata un evento rivoluzionario anche sul fronte simbolico: il suo edificio spettacolare testimonia la resurrezione di un'area che per decenni, dopo le dismissioni industriali, è rimasta abbandonata a se stessa, ed ora è tutto un brulicare di ruspe, scavi, cantieri e ponteggi. Le *silhouette* allungate delle gru segnano lo *skyline* di un quartiere dove si raggiunge l'ingresso della biblioteca ancora a fatica, superando un percorso accidentato tra reti di salvaguardia che proteggono gli utenti dal passaggio costante dei camion per il movimento terra. Dal giorno dell'inaugurazione la biblioteca continua ad essere immersa in un cantiere rumorosissimo e polveroso, simbolo della speranza di rinnovamento di una città intera.¹¹

La gioia e l'orgoglio per la novità, mescolati ai timori sulla sua durabilità nel tempo, hanno dato luogo a quella “retorica dello spaesamento”¹² che riconosce la San Giorgio come una “eccezione” di cui meravigliarsi, e che impone a chi ci lavora un'attenzione speciale a come essere all'altezza di tale portento. Misurare palpabilmente siffatta diversità impone di costruire un registro comunicativo ad essa adeguato e valorizzante.

I primi e più cospicui interventi hanno riguardato la comunicazione agita dalle persone che lavorano in biblioteca, e che costituiscono la più importante interfaccia con la città. La scelta di questa priorità è stata guidata dalla consapevolezza che nessun investimento professionale su soluzioni grafiche d'avanguardia o scelte d'immagine ad effetto avrebbe mai compensato gli effetti potenzialmente rischiosi di una comunicazione interpersonale “in presenza” non governata da un preciso processo di costruzione condivisa e consapevole, ma lasciata al destino non garantito dello stile individuale. Così come era stato attentamente progettato lo spazio ed erano state definite le politiche di sviluppo delle raccolte, si doveva ora mettere a punto un piano di lavoro che permettesse a tutti gli operatori di potenziare stabilmente le proprie competenze relazionali con l'acquisizione condivisa di uno stile di contatto coralmente costruito, per inverare i valori profondi espressi

dalla missione della nuova biblioteca. La cura del rapporto con il singolo cittadino non doveva dunque essere l'effetto fortunato (e perciò non sempre garantito) dell'attenzione prestata dal bravo bibliotecario alle esigenze dell'interlocutore, ma doveva risultare come il portato standard (e perciò il più possibile garantito) dell'applicazione sempre più consapevole di tecniche condivise. Si trattava, sostanzialmente, di costruire la squadra della San Giorgio:

Governare la relazione con l'utente significa uscire dalla logica pericolosissima che assegna al singolo operatore l'onere di gestire di volta in volta le transazioni con il pubblico, facendo conto semplicemente sul proprio bagaglio personale, fatto di buona educazione o malagrazia, cortesia o rustichezza, gentilezza o protervia, capacità di sopportazione dello stress o fragilità, flessibilità o rigidità, conoscenza del mestiere o imperizia. Senza contare la sua personale "idea" di biblioteca, che può... essere anche molto diversa dall'idea di altri, e soprattutto dall'idea ufficiale. Se l'operatore è lasciato da solo a fare i conti con il pubblico, il destino della transazione è nelle mani di un dio capriccioso e ostile. La definizione chiara degli obiettivi di servizio della singola biblioteca porta invece a delineare quali modalità di comportamento facilitino il raggiungimento di tali obiettivi, e quindi siano da adottare da parte di tutto lo staff, e quali altre modalità debbano essere evitate, perché capaci di creare danno.

Nella scrittura collettiva e condivisa di un ideale "copione" relazionale al quale attenersi, l'operatore trova crescente sostegno alla propria azione individuale, attingendo le singole soluzioni a un carnet di scelte che rappresentano l'espressione della cultura organizzativa di quella specifica biblioteca. Nell'accesso al "copione" egli riduce la propria libertà di improvvisazione, fornendo all'utente un fronte di contatto progressivamente più omogeneo, meno differenziato e perciò più affidabile.¹³

Delle complesse vicende che hanno portato alla costruzione dello "stile San Giorgio", e alla manutenzione della squadra di bibliotecari chiamati ad interpretarlo, rende conto su questo numero di "Biblioteche oggi" Alessandra Giovannini, funzionaria responsabile della biblioteca, che nel suo contributo *Gli ultimi cinque anni della nostra vita* (p. 26) racconta le vicende della San Giorgio dallo straordinario punto di osservazione di chi ha vissuto da protagonista l'intero percorso verso la nuova biblioteca, e che ha avuto il compito di sovrintendere alle attività quotidiane, in modo tale che tutto il personale non vivesse l'evento come un semplice cambio di sede, dove traslocare vecchi comportamenti, ma cogliesse l'occasione per "rinascere" professionalmente

attraverso nuovi valori, nuovi approcci e quindi anche nuove modalità relazionali.

Il secondo ambito di intervento, dopo quello della comunicazione interna e organizzativa, ha interessato la relazione con la città, intesa nella sua accezione più ampia. Molte le articolazioni di questa importante linea di lavorazione, caratterizzata dall'obiettivo di incentivare la "militanza attiva" in biblioteca, creare calore attorno all'istituzione, farne oggetto costante di discorso pubblico, fondarne l'attaccamento non soltanto sul favore nei confronti dei servizi fruiti, ma sul consolidamento di legami emotivamente più forti, giocati sul coinvolgimento attivo delle persone.

Il tepore buono di una relazione tra cittadino e biblioteca basata sull'appagamento dei bisogni di lettura, sul



I carrelli in plastica riciclata a disposizione degli utenti per fare il pieno di libri

piacere di fruire delle tante opportunità disponibili, sul compiacimento individuale e collettivo per la qualità dell'offerta presente, non poteva scaldare l'ambiente a sufficienza, e soprattutto non lo poteva scaldare per sempre: il feroce gioco al rialzo delle aspettative rischiava di ghiacciare sul nascere l'affezione dei pistoiesi alla San Giorgio, proprio quando le scarse risorse a disposizione le impedivano di inverare gran parte dei desideri manifesti (dalle aperture serali al *wi-fi* gratuito,¹⁴ da più posti a sedere a più eventi culturali).

Da qui la necessità di alzare la temperatura della relazione, mettendo in moto specifiche azioni di *advocacy* volte alla creazione di una vasta e differenziata compagine di "alleati": persone singole, membri di associazioni culturali e sociali, referenti di aziende private e pubbliche capaci di fare da *connettori*¹⁵ nei confronti di altri soggetti all'interno delle proprie reti di relazione, sono stati coinvolti attivamente in progetti e attività diverse, allo scopo di sostenere e promuovere la biblioteca e i suoi servizi. Tra le diverse azioni, si ricorda il forte impegno a sostenere la nascita dell'Associazione "Amici della San Giorgio",¹⁶ che oggi conta più di 200 iscritti, e che cura tramite i propri soci alcuni servizi aggiuntivi (come il prestito a domicilio per gli anziani, le letture per bambini presso gli ambulatori pediatrici, una sessione di apertura al pubblico del punto-prestito presso il supermercato COOP), organizza numerosi eventi culturali e raccoglie fondi gestendo con grande successo la vendita di libri nuovi e usati. Analogamente, sul fronte più specifico della Sezione Ragazzi, il gruppo di genitori-lettori "Babbomammalegge"¹⁷ dal 2008 è felice protagonista di appuntamenti di lettura molto ambiti dai bambini, offrendo un calendario di eventi attorno ai quali gli adulti coinvolti condividono con altri genitori – oltre che con i bambini propri e altrui – una esperienza attiva di protagonismo in biblioteca.

La percezione condivisa della convergenza naturale tra interesse privato e interesse pubblico ha sicuramente guidato le numerose situazioni promozionali che hanno punteggiato la vita della San Giorgio in questi anni, arricchendone il portafoglio servizi: dai punti di "pronto soccorso" per l'inglese alle animazioni di lettura per bambini gestiti da due diverse scuole di lingua locali, dal prestito degli occhiali da lettura forniti gratuitamente da Federottica Pistoia alla messa a dimora di nuove piante in giardino, grazie al lavoro degli studenti dell'Istituto agrario e l'intervento di una azienda vivaistica locale. Se la crisi economica ha in qualche modo favorito la maturazione di atteggiamenti orientati alla ricerca di

partnership esterne, in realtà l'obiettivo del risparmio sui costi vivi non è stata l'unica molla a far maturare nella San Giorgio un atteggiamento istituzionale orientato verso la coltivazione sistematica di alleanze. Si è compreso che ogni azione di questo tipo, al di là dell'inevitabile risparmio, godeva di una sorta di valore sociale aggiunto, derivante dalla dimensione attiva e partecipativa dei soggetti esterni alla costruzione della biblioteca, operando un sottile ma significativo passaggio dall'uso della biblioteca come servizio altro-da-sé, da sfruttare per le proprie esigenze, a servizio percepito come bene comune, e perciò non solo da usare, ma anche da sostenere in prima persona, nei modi riconosciuti volta per volta come più percorribili ed efficaci.

In questa particolare atmosfera relazionale è nata la scelta di una giovane coppia di sposi, Simona e Iacopo, che nell'estate 2010 hanno inaugurato il virtuoso *trend* (poi seguito da altri sposi) di aprire la lista di nozze non già nel tradizionale negozio di casalinghi, ma in libreria, invitando amici e parenti ad acquistare nuovi libri per la San Giorgio.¹⁸ Per non parlare di una coppia di lettori pensionati, risoluti a trasferirsi da Pistoia per trascorrere l'ultima parte della loro vita altrove, non prima però di aver formalizzato l'intenzione di lasciare i loro beni (e non solo i loro libri) in eredità alla biblioteca.

Il segno positivo di queste storie non esime dal notare che la crisi economica, con il suo *zero budget* per le attività di sviluppo, abbia avuto la sua influenza nel comporre un disegno strategico complessivo nel quale la biblioteca, almeno sul fronte degli eventi promozionali, ha finito con l'acquietarsi – per dir così – sulle occasioni offerte dai tanti alleati, senza consolidare ed arricchire un proprio autonomo percorso di proposta. Il rischio di rimanere "prigionieri" degli alleati, di ritrovarsi col fiato corto nel correr dietro alle tante sollecitazioni provenienti dall'esterno, in assenza di energie fresche da incanalare verso nuovi traguardi auto-diretti è innegabilmente in agguato: starà alla squadra della San Giorgio maturare nel tempo i correttivi necessari per scongiurare questa eventualità, senza per questo arretrare su un fronte di attività assolutamente saliente per inverare l'obiettivo della "biblioteca di tutti".¹⁹

[Le parole della San Giorgio: dalle informazioni alle emozioni](#)

La San Giorgio è nata senza corredo di segnaletica: poco male, a giudicare dal fatto che fin dal primo giorno gli utenti si sono mossi con sicurezza all'interno di uno spa-

zio portatore di una propria leggibilità implicita, tale da rendere meno dolorosa l'assenza di un sistema aggiuntivo di orientamento. Qualcosa però c'è stato da subito: alcuni pannelli in plexiglass su asta metallica hanno svolto egregiamente il ruolo di indicare la direzione delle diverse aree della struttura; all'interno dei singoli spazi, inoltre, altri pannelli informativi, più grandi ma nello stesso stile, hanno fornito tutti gli appigli per orientarsi nella complessità, raccontando con grazia e dovizia di particolari le finalità delle singole ripartizioni. Ai banchi di servizio si sono sempre usati porta-avvisi A4 in plexiglass per fornire volta per volta qualche segnalazione temporanea all'ampia e variegata clientela.

Ad onor del vero, l'agenzia Comunica di Firenze, sopra ricordata per il logo e per le iniziative "di preparazione" all'apertura della nuova biblioteca, a suo tempo aveva buttato giù una serie di idee interessanti, prevedendo la realizzazione di grandi stendardi verticali in stoffa, da appendere agli elementi strutturali, per valorizzare l'ampiezza dei volumi. L'ipotesi però era rimasta nel cassetto, in attesa del momento buono per essere elaborata, finanziata e tradotta in pratica.

A distanza di così tanto tempo dall'inaugurazione, la comunicazione provvisoria, pur rischiando di imbattersi nella pungente ironia di Prezzolini,²⁰ si è mantenuta sempre su livelli di buona qualità: in una biblioteca di questo rango neanche nei momenti di più stringente sobrietà sul fronte del bilancio ci si è mai permessi di scrivere un avviso col pennarello o di usare lo *scotch* per attaccare una locandina. Nessuna pietà per la sciatteria, meglio niente che qualcosa di inadeguato. I cartoncini stampati al computer con gli estremi delle collocazioni, applicati alle spalle degli scaffali aperti, sono stati chiamati a svolgere il proprio compito informativo fino a tutta la primavera del 2012; pochi centimetri sotto di loro, i bellissimi complementi in corten²¹ e plexiglass, applicati per accogliere la segnaletica definitiva, sono rimasti vuoti fino ad allora, ma quasi nessuno degli utenti ha fatto sentire la propria voce per tale incongruenza. Quasi cinque anni senza segnaletica sono davvero tanti, specie se misurati dall'esterno. Attribuire questo ritardo a difficoltà organizzative, a mancanza di denaro o a incapacità della direzione sarebbe compiere una operazione non soltanto ingenerosa, ma anche non pienamente rispondente ai fatti. Perché, se è vero che l'affollamento di sfide di gestione può essere stato un effettivo dato di contesto, se è altrettanto vero che la progettazione e la posa in opera di un sistema completo di segnaletica sono operazioni costose, se è ancora più vero che la direzio-

ne della biblioteca ha dovuto fare i conti, oltre che con i limiti individuali della persona incaricata, anche con un'agenda di lavoro aggressivamente popolata da impegni extra-bibliotecari,²² tutte queste circostanze non sono in grado di dare conto di una scelta così irrituale.

Il motivo vero, in effetti, è un altro: il *team* della San Giorgio si è preso tutto il tempo necessario per maturare un percorso autonomo di costruzione delle scelte comunicative, che non si limitasse ad accogliere le proposte dell'agenzia incaricata, ma nascesse da una naturale evoluzione dello stile relazionale dell'istituzione. Da qui una lunghissima teoria di riunioni, incontri e scontri all'interno dello staff su come raccontare la biblioteca: quali parole usare, come chiamare le cose. Un lavoro autopoietico di perfezionamento e raffinamento della narrazione del "sé istituzionale", costruito a partire dalle dinamiche tra le rappresentazioni condotte dai singoli interpreti dei diversi ruoli. Ci sono volute ore, ad esempio, per accordarsi su come chiamare il punto di prima informazione che l'utente incontra al suo ingresso in biblioteca; alla fine della discussione, sono state scartate tutte le opzioni in gioco a favore della voce "accoglienza", un termine molto più caldo ed emozionale rispetto a "informazioni" o "*reception*": un termine che è sembrato restituire meglio il sentimento di comunità che la squadra della San Giorgio ha voluto manifestare anche sul fronte nominalistico.

Tra il 2009 e il 2010 è stata abbandonata l'ipotesi iniziale degli stendardi verticali, considerati troppo invasivi in uno spazio che – rispetto all'epoca dell'inaugurazione – ha iniziato a presentare un numero ben più alto di sollecitazioni visive, e che non ha più avuto bisogno di arricchimenti. La decisione finale è stata quella di far parlare la struttura architettonica, secondo una logica minimalista che ha scelto di applicare direttamente sul muro le singole lettere destinate a comporre i messaggi informativi.

Marcello Bucci, direttore generale di Comunica s.r.l., racconta nel suo contributo *Smarrirsi nella Biblioteca San Giorgio* (a p. 29) il percorso condiviso con lo staff della biblioteca per l'ideazione e il posizionamento della nuova segnaletica. Durante il lungo itinerario, alcuni incroci hanno condotto la biblioteca a condividere le scelte con altri soggetti: in primo luogo le associazioni di non vedenti e ipo-vedenti operanti all'interno dell'Osservatorio provinciale sul superamento delle barriere architettoniche e sensoriali,²³ in secondo luogo i giovani pistoiesi afferenti al progetto "I piloti del caos", attorno al quale il Comune di Pistoia ha galvanizzato le proprie energie in materia di politiche giovanili.²⁴



Atrio della biblioteca. A sinistra lo “spicchio” con la mappa della città, a destra il videowall acceso sugli eventi culturali in corso in biblioteca e in città

La collaborazione con le associazioni di ipo-vedenti ha permesso di testare l'ottima leggibilità del carattere proposto dall'agenzia: un *font* senza grazie, come lo staff aveva espressamente richiesto, per di più rigorosamente *freeware*, il *Sansation*,²⁵ ideato nel 2008 dal giovanissimo grafico tedesco Bernd Montag. I volontari coinvolti hanno aiutato biblioteca ed agenzia a comprendere le difficoltà di visione di un ipo-vedente, che dispone di un cono visuale ristretto, e perciò legge meglio le parole che si sviluppano in spazi stretti e lunghi piuttosto che in orizzontale. Da qui la scelta a collocare una sotto l'altra le diverse scritte, invece che posizionarle una accanto all'altra.

Inoltre i non-vedenti hanno testato a lungo la Guida acustica,²⁶ un sistema via radio che permette di ascoltare in cuffia i segnali sonori e le informazioni vocali in corrispondenza del punto in cui ci si trova: informazioni che possono essere digitate e modificate senza difficoltà da un piccolo server, e che si attivano al passaggio davanti ai sensori posizionati nei punti da segnalare. Anche i bibliotecari non si sono sottratti a testare il sistema, per scoprire personalmente l'importanza di fornire informazioni molto concise al non-vedente, affinché non rischi di oltrepassare i punti di svolta mentre è ancora impegnato ad ascoltare le istruzioni registrate.

Autunno 2011: l'apposizione della segnaletica informativa, finalmente conclusa, ha lasciato intatte due grandi superfici che invece meritano di essere governate sul fronte comunicativo: la grande parete sopra la porta d'uscita e un'ampia superficie a sezione triangolare, immediatamente visibile da chi entra, ricavata dalla struttura portante che attraversa l'intero volume dell'atrio d'ingresso. Lo staff della San Giorgio ne coglie le potenzialità di utilizzo per una comunicazione di carattere più “emozionale”, che parli al cuore più che alla testa di chi ha appena varcato la soglia della biblioteca o stia per uscirne. Molto accese le discussioni interne su come utilizzare tali spazi; gli unici elementi di accordo riguardano la decisa rinuncia a qualunque soluzione grafica, a favore di un *solo-testo* ritenuto più pulito e meno invasivo, e il riconoscimento di una sorta di unità di destini tra i due spazi, in ragione della loro specularità: ciò che sarebbe stato scelto per l'uno spazio avrebbe finito per condizionare le scelte per l'altro.

Molto breve la deriva dietro qualche ipotesi di uso del colore, per poi recuperare la strada più pulita del bianco/nero, salvando anche l'atrio d'ingresso dagli eccessi cromatici di cui per fortuna la biblioteca è scevra. Trascorrono i mesi nella definizione di alcune frasi evocative, tramite le quali trasmettere i valori fondamentali

della biblioteca: “Sperimentare la complessità per superare i propri limiti”, “Condividere la conoscenza per crescere assieme agli altri”, “Imparare momento per momento per arricchire la mente e il cuore”, “Comprendere i linguaggi per partecipare al futuro”, “Guardare oltre ciò che appare per intuire le ragioni più profonde”. Potrà sembrare incredibile, ma è vero: nella redazione di queste frasi lo staff si è lasciato ispirare dall’evocativo catalogo promozionale di una azienda produttrice di prodotti per capelli, sfogliato per caso durante una seduta dal parrucchiere. A dimostrazione del fatto che le bibliotecarie, come carabinieri e poliziotti, sono sempre in servizio, anche durante il loro tempo libero.

Su queste frasi lo staff lavora a lungo, e l’Agenzia produce una serie cospicua di *rendering*, giungendo ad una proposta graficamente matura, in lizza per l’approvazione definitiva. Ma all’interno del gruppo ci sono ancora molte perplessità: le frasi appaiono troppo didascaliche ed eccessivamente direttive. Lo spettro evocato del “realismo socialista” spaventa il gruppo, che butta nel cestino il lavoro di mesi, preferendo rallentare la conclusione del lavoro piuttosto che chiudere una partita sulla quale sono emerse significative riserve.

Il piano B chiama in causa le leggi di Ranganathan, in versione inglese: i *rendering* dell’agenzia abbondano con le alternative, collocando il distillato della biblioteconomia mondiale ora sopra la porta d’uscita, ora nello spazio triangolare ad essa speculare. La soluzione non funziona, e spinge il gruppo a discutere a lungo sulla attualità del povero Ranganathan, le cui leggi vengono temporaneamente messe da parte in attesa di nuove idee. I sempre più serrati *brainstorming* orientano verso la scelta di parole che siano in grado di richiamare le azioni che i cittadini compiono in biblioteca: sul tavolo di lavoro fanno mostra di sé i verbi colorati sulla bella borsa regalata dai colleghi di Cavriago, sono aperti i *leaflets* della BEIC di Milano, anch’essi ricchi di verbi colorati, e alcuni esempi a stampa di *tag cloud*, oggi tanto di moda, con le parole di varie dimensioni collocate in orizzontale e verticale. Alla fine, dalla cassetta degli attrezzi progettuali usata per la messa a punto del sito web (vedi oltre) viene ripescato un lungo elenco di verbi, sui quali finisce per concentrarsi l’attenzione del gruppo.

È a questo punto che l’agenzia presenta una proposta molto interessante, capace di spazzare via tutte le altre ipotesi concorrenti: sì ai verbi, ma utilizzati come segni per tracciare la mappa della città. L’idea abbatte di colpo tutte le perplessità, e la sua traduzione pratica campeggia da aprile 2012 sulla grande superficie triangolo-

lare dell’atrio: una bellissima mappa gigante di Pistoia, con le strade tracciate attraverso l’uso delle parole della biblioteca. Ciascuno va a vedere in quale verbo abita: chi vive a “studiare” deve per forza sentirsi meno fortunato di chi abita nel “divertirsi”.

Lo spazio sopra la porta di uscita riserva ancora qualche problema: salutare gli utenti non è facile. L’intenzione è quella di dire agli utenti che la San Giorgio va a casa con loro, attraverso i libri, i film e gli altri materiali presi in prestito. Viene laicamente invocato in aiuto lo spirito della bibliotecaria americana Dorothy M. Broderick,²⁷ scomparsa proprio in quel periodo, famosa in tutto il mondo per i suoi cartelli di saluto, che più o meno suonavano così: “Se i nostri libri non vi hanno offeso, vi preghiamo di scusarci”: un’idea bella, efficace, ma troppo forte nel contesto locale, dove la biblioteca è chiamata ad osare, sì, ma non ad eccedere con le sperimentazioni. Anche in questo caso viene in aiuto l’agenzia, che taglia la testa al toro proponendo di collocare sulla parete un pannello con un “segno” da cambiare periodicamente, chiamando in causa gli artisti locali nella realizzazione e gli utenti nella scelta: si pensa dunque ad una sorta di concorso annuale, con un premio per la proposta grafica riconosciuta dagli utenti più vicina allo spirito della San Giorgio. Il primo pannello è proposto dall’Agenzia stessa: un bellissimo bianco/nero, con una pioggia di verbi (gli stessi della mappa di fronte), un grande ombrello sotto cui ripararsi, e sotto – all’asciutto – le quattro parole d’ordine della biblioteca (energia, passione, creatività, libertà), e il cenno di saluto: “La San Giorgio con te”. Aggiudicato.

Aprile 2012: dal macro al micro. Via i cartoncini applicati sugli scaffali, arriva la nuova segnaletica di localizzazione che finalmente impiega i preziosi complementi d’arredo in corten e plexiglass finora inutilizzati. Ogni palchetto riceve la sua scritta di dettaglio: un lavoro di pazienza certosina, se non altro in ragione dell’ampiezza della collezione a scaffale aperto. Sopra gli scaffali, vengono posti anche dei quadretti colorati in plexiglass, in modo tale da offrire un colpo d’occhio dal piano superiore sui confini dei singoli dipartimenti in cui il materiale bibliografico è suddiviso. Le sagome degli utenti, prima diffuse in tutta la biblioteca, vengono raccolte in uno spazio unico: una specie di raduno dei *testimonial* che valorizza una parete poco sfruttabile per altri scopi. Qualche miglioria all’arredo, l’acquisto di nuove poltroncine sfiziose e un primo trasloco interno, con spostamento dell’area dedicata ai giornali e alle riviste: la biblioteca è un organismo che cresce, sebbene i soldi del

Titolo II siano pochissimi. Segnaletica finita? Sì e no. Le scritte di orientamento e direzione ci sono tutte, gli scaffali sono perfetti, la comunicazione “emozionale” piace agli utenti. Alcune superfici dove ora sono appesi alcuni poster sulla lettura meritano qualche pensiero in più, ma lo staff lascia il compito per momenti successivi, preferendo destinare le energie ad altri fini.

Virtuale e reale trovano un buon punto di incontro sul fronte della segnaletica, grazie all’impiego dei codici QR. La San Giorgio è una delle prime biblioteche a farne un uso intensivo:²⁸ ha cominciato nel 2010 con le *brochure* informative e gli inviti per le presentazioni dei libri, demandando al codice QR il compito di rinviare dal cartoncino cartaceo alle pagine del portale dove sono stati raccolti diversi materiali di approfondimento, come video-interviste, corredi informativi e altri materiali per arricchire la proposta. Poi l’uso è stato esteso ai programmi mensili delle proiezioni cinematografiche (fornendo il link ai *trailer* disponibili online), ai percorsi di lettura, ai materiali didattici delle mostre nelle ampie vetrine d’ingresso. È stata poi la volta di “Prova a prendermi”, il servizio veloce di prenotazioni “in piedi” dei libri più richiesti, evitando le code ai banchi prestito, da utilizzare semplicemente “bippando” il codice QR col proprio telefonino sui titoli desiderati, con accesso diretto al gestionale del prestito, accessibile tramite autenticazione. Un ultimo impiego dei codici QR in biblioteca permette agli utenti di accedere ad una serie di video finalizzati ad illustrare l’uso di alcuni spazi e servizi della San Giorgio, offrendo una sorta di *tour* guidato all’interno della struttura. Durante la fase di “massaggio” dell’idea, nello staff matura la consapevolezza che i video possano utilmente superare la tradizionale separazione tra informazioni in presenza e informazioni a distanza, non solo guidando l’utente remoto dal web, ma anche fornendo uno strumento informativo leggero ma efficace all’utente in sede, che magari desideri sapere a che cosa servono alcuni spazi al momento chiusi (come ad esempio l’auditorium, le sale cinema e la sala corsi, accessibili solo durante gli eventi), senza per questo avere voglia di chiedere in giro o di porre domande specifiche al bibliotecario in carne e ossa.

Dunque, ai video si assegna il compito di tradurre nel più ricco e moderno codice della comunicazione multimediale quelle informazioni che un tempo i bibliotecari distillavano nelle “Guide all’uso della biblioteca” stampate su carta e distribuite all’ingresso. Il lavoro viene commissionato, come si è detto, ai giovani pistoiesi facenti capo ai “Piloti del caos”, il gruppo che fa da



Nonna Viviana, protagonista della serie di video “Ti spiego la San Giorgio a modo mio”

interfaccia con l’Amministrazione comunale sul fronte delle politiche giovanili, e che per questa commessa riceve poche ma precise prescrizioni: brevità, efficacia, linguaggio adatto a tutti (e non al pubblico specialistico), indicazione della prima pattuglia di spazi da riprendere e raccontare.

I ragazzi partono col *brainstorming*: invece di orientarsi su scelte giovanilistiche, come forse era prevedibile, trovano ispirazione nell’efficacissimo video di Francesco Faralli sul passaggio al digitale terrestre, che in quei giorni ha vinto il concorso *Switch off 2011* del Corecom della Regione Toscana,²⁹ per offrirci l’ipotesi di Nonna Viviana, una speciale “San Giorgio addicted”, capace di raccontare la biblioteca in un modo tutto suo, rigorosamente “alla pistoiese”. Il risultato è sul canale You Tube della San Giorgio:³⁰ undici video in versione standard e con sottotitoli per non udenti, dove l’arzilla signora – ammiratrice della San Giorgio anche fuori dal set – racconta a modo suo la biblioteca, mettendone in risalto volta per volta alcuni aspetti per lei curiosi o particolarmente interessanti. I giudizi pervenuti sono stati positivi quasi all’unanimità: si sono registrate però, come è sempre bene che succeda, alcune alzate di sopracciglio da parte di qualche autorevole rappresentante dell’intellettualità cittadina, che ha colto l’occasione dei video incriminati per marcare una forte distanza da certe scelte di comunicazione adottate dalla direzione della San Giorgio: direzione che certo avrebbe fatto scelte ben più all’altezza, se solo fosse stata nelle sue mani.

Motivi di critica, comunque, ce ne sono davvero, al di là delle piccole rivalità locali: la chiave popolare, in effetti, non può certo essere l’unica ad aprire le porte della San Giorgio. Proprio in tal senso, sono state messe da poco in lavorazione altre due serie di video in cui la presenta-

zione dei servizi avverrà attraverso l'uso di cifre comunicative diverse, chiamando in causa i bibliotecari stessi e integrando maggiormente le informazioni di servizio alla presentazione degli spazi e delle attività. Dunque, ancora un gran lavoro da fare.

[Il portale web: allineare la biblioteca virtuale a quella reale](#)

Il portale web della San Giorgio³¹ è stato presentato al pubblico il 23 aprile 2010, giorno del terzo compleanno, nel contesto del seminario professionale *La biblioteca nello spazio virtuREale*³², al quale hanno partecipato personalità del calibro di Maurizio Vivarelli, Gino Roncaglia e Mauro Guerrini. L'alto profilo degli interventi testimonia la scelta condotta dalla biblioteca, a beneficio della comunità professionale toscana, di analizzare sul piano metodologico le scelte che hanno condotto all'apertura del portale, per andare oltre il caso specifico e riflettere sulle potenzialità dei nuovi rapporti tra servizi in presenza e servizi a distanza.³³

Prima di allora la comunicazione della biblioteca si era affidata a poche e sparse pagine informative collocate all'interno del sito istituzionale del Comune di Pistoia:³⁴ un sito statico, di prima generazione, già superato rispetto alle sofisticate esigenze di comunicazione istituzionale maturate nell'ente, e perciò ancora più inadatto a valorizzare sulla rete la "rivoluzione comunicativa" in atto nella nuova piazza del sapere aperta in città. Concentrata a far fronte allo straordinario volume di servizi in presenza, la San Giorgio tra il 2007 e il 2010 si è attestata sul web solo con una flebile traccia informativa, del tutto inadeguata a rendere conto degli straordinari cambiamenti registrati nei rapporti con gli utenti: tre anni di "squilibrio abissale" tra servizio in presenza e servizio a distanza che cominciavano a far sentire i propri effetti negativi sul *brand*.

Da qui la scelta di scendere dalla nave comunale e mettersi alla ricerca di una nuova imbarcazione su cui affrontare il viaggio comunicativo in solitario: una scelta condotta non con la baldanza di chi giudica il distacco dal proprio ente come l'effetto positivo di una conquistata autonomia, ma con la mestizia di chi guarda a tale distacco come ad una perdita. Perché a rimetterci è sia il Comune, che non può più godere del contributo innovativo che la biblioteca offre al contesto complessivo, sia la biblioteca, che accentua pericolosamente i sentimenti di separazione dal resto dell'ente, scavando ancora più in profondo una distanza che non le ha mai giovato.

Per attutire gli effetti di questa doppia sconfitta, da un lato si è cercato di recuperare anche sul versante nominalistico il legame con il Comune di appartenenza, determinando di far comparire il nuovo spazio web come sottodominio del sito istituzionale, piuttosto che adottare un indirizzo autonomo (una scelta invece compiuta da altre consorelle illustri); dall'altro lato si è proposto all'Amministrazione di partecipare attivamente ai lavori di progettazione del portale, sottolineandone le potenzialità di laboratorio comunicativo, dove sperimentare le nuove forme di comunicazione di tipo 2.0 su un segmento di avanguardia, per poi condividerle con il resto del Comune.

Entrambi i tentativi di connessione sono andati a buon fine: l'indirizzo del portale porta felicemente i segni dell'appartenenza istituzionale, mentre gli uffici preposti alla comunicazione dell'ente (Gabinetto del sindaco, Ufficio stampa, URP) sono stati coinvolti ed hanno partecipato ai lavori preparatori, mantenendo anche in seguito un contatto con il portale, sia pure secondo modalità discontinue.

Una volta deciso di abbandonare l'ambiente HTML-puro del vecchio sito istituzionale, lo staff della San Giorgio ha maturato un paio di idee molto chiare. In primo luogo, ha dichiarato con certezza dove *non* voler andare: no ad una soluzione tecnologica tale da dipendere dall'azienda incaricata della messa a punto dell'architettura del nuovo portale; nessuna dipendenza per il popolamento dei dati, né per la gestione della piattaforma. La biblioteca deve essere in grado da sola di modificare l'architettura, cambiare e aggiornare l'impostazione generale del sito, aggiustare il tiro e aprire nuove sezioni senza dover per forza passare dalla ditta incaricata. La dolorosa esperienza del rapporto con l'azienda proprietaria del software gestionale del prestito e del catalogo ha insegnato che la schiavitù è una condizione che le biblioteche dovrebbero evitare come la peste. Altre esperienze negative rammentano che le ditte di software falliscono o spariscono dalla circolazione portandosi dietro dati e piattaforma, e chi s'è visto s'è visto. Dunque, se è vero il detto che si può imparare dagli errori, ecco pronta la San Giorgio ad evitare di nuovo di cadere in schiavitù.

In secondo luogo, la soluzione web deve essere tale da non costringere ad operare una selezione "darwiniana" degli operatori in base alle competenze informatiche possedute: l'idea di fondo era dunque quella di un sito gestito e alimentato potenzialmente da tutti gli operatori, compresi quelli depositari di competenze *basic*.



- ← 1. Accesso tramite QRCode ai video “Ti spiego la San Giorgio a modo mio”
- ✓ 2. Gli studenti dell’istituto agrario di Pistoia al lavoro con la loro insegnante nel giardino della biblioteca
- ✓ 3. La bacheca con gli occhiali da vista in prestito
- ✓ 4. La bancarella dei libri in vendita a 1 euro curata dagli Amici della San Giorgio (agosto 2012)
- ✓ 5. Il “dolce” punto informativo degli Amici della San Giorgio durante l’ultima festa di compleanno della biblioteca (23 aprile 2012)

Niente prodotti ricchi di effetti speciali, ma troppo superiori alle capacità del gruppo: inutile dotarsi di una fuoriserie da mille cavalli, se non c’è in giro alcun Schumacher capace di muoverla dal parcheggio. Dunque, realismo. Realismo però non vuol dire accontentarsi del minimo sindacale. La discussione ha escluso subito la situazione nella quale i referenti dei diversi progetti di attività preparino testi su word da lasciare nelle mani dell’informatico incaricato di tutto il resto. Lo staff ha chiaramente in testa l’idea che anche la definizione dell’architettura complessiva e la strutturazione delle varie aree del sito siano di pertinenza dei bibliotecari, non degli informatici. Ciò significa che tutti gli operatori della biblioteca possano dire la loro fin dalla progettazione, e avere direttamente le mani in pasta. Si pensa dunque ad una redazione collettiva, che impari a parlare con una voce sola (quella della biblioteca, appunto), e ad uno spazio web organicamente organizzato, non un sito modello arlecchino, dove alcune sezioni sono approfondite nei minimi dettagli e altre latitano, in ragione delle diverse attitudini e competenze dei rispettivi responsabili.

Tra il 2008 e il 2009 queste due idee-base, semplici ma lucide, hanno guidato la direzione nella scelta del prodotto da adottare. Si deve dunque trattare di un *Content Management System* di tipo *open source*, installato su un server della biblioteca. Alla ditta si intende chiedere di aiutare la biblioteca a progettare l’architettura complessiva del sito, di realizzarne il primo impianto e di insegnare ai bibliotecari a diventare autonomi nel produrre le modifiche e gli implementi ritenuti volta per volta necessari. L’intenzione è di sottoscrivere con la ditta un contratto di servizio di tipo non vincolante, che si concretizzi in specifici interventi di miglioria e aggiustamento, e che non si caratterizzi come mera rendita di posizione. I soldi debbono essere usati per qualcuno che all’inizio aiuti i bibliotecari a fare quello che non sanno fare, che insegni loro a farlo da soli e che sia disposto a non ritenere la San Giorgio una garantita fonte di guadagno per il futuro.

A dirla tutta, l’intenzione dello staff è di poter cambiare ditta in ogni momento, dirle “arrivederci e grazie” e continuare per la propria strada, da sola o magari con qualcun altro. E se un anno non ci sono soldi, pazienza: si aggiornano soltanto le pagine con le novità del momento, senza avventure in direzione di cambiamenti e ristrutturazioni. A volte la biblioteca accelera, altre volte è costretta a rallentare o addirittura a fermarsi: la situazione economica è all’epoca quella che è (ed anche oggi le cose non sono cambiate: c’è poco margine per gli impegni pluriennali).

Dal web sono state selezionate le aziende che hanno prodotto i siti delle più importanti biblioteche italiane, quelle con le quali la San Giorgio sentiva di avere più di un tratto in comune. Le ditte sono state convocate a Pistoia per illustrare il loro prodotto e le loro esperienze; tutte hanno risposto all’appello, perché la San Giorgio è una biblioteca di cui si parla molto e viene percepita come un cliente potenzialmente importante. Alcune hanno capito l’antifona, e se ne sono andate subito a casa, riponendo in valigia il loro armamentario, con cui sono disposte a lasciar giocare i nuovi potenziali clienti, sì, ma a condizioni lontanissime da quelle poste dalla San Giorgio: lo staff ha annusato tanti prodotti bellissimi di tipo “chiavi in mano”, ma guai a mettere le mani nel motore.

Alla fine (siamo già in pieno 2009) l’alleanza è stata stretta con la ditta Comperio s.r.l. di Stanghella (PD),³⁵ alla quale è affidato l’incarico di co-progettare il sito web. Il CMS prescelto è Silverstripe (<http://www.silverstripe.org/>), *open source* e gratuito: niente giocattolini chiusi da farsi aprire a pagamento. Il processo avviato si è svolto per gradi, e molto lentamente, a volte con un passo avanti e due indietro: ma il risultato è per certo “verace”, perché ottenuto a partire da una laboriosissima elaborazione da parte di tutti i soggetti coinvolti.

Si è trattato di una *partnership*, più che di una vera e propria fornitura di servizio: Comperio ha sempre operato prevalentemente nell’ambito del “catalogo arricchito”, implementando piattaforme integrate alla base dati bibliografica Clavis, mettendo a disposizione dei bibliotecari aree di lavoro e interscambio informazioni, sperimentando l’apertura di queste aree agli utenti finali, ma non si è ancora cimentata con la messa a punto di veri e propri portali informativi. La San Giorgio invece ha dovuto puntare tutte le *fiches* sul lato dell’offerta di servizi a distanza per arricchire il portafoglio complessivo, senza sperare di poter interagire con il catalogo: una scatola informatica sigillata nel suo linguaggio proprietario, im-

musonita dai suoi stessi divieti. Impossibile aggiungere l'immagine di copertina del libro, cosa che sanno fare anche le più elementari piattaforme di vendita online; impossibile inserire commenti, recensioni, legami con altre proposte di lettura; inarrivabile l'ipotesi di costruire dall'OPAC percorsi bibliografici a tema. La San Giorgio, come tante altre biblioteche italiane, è da anni prigioniera di questi vincoli, al punto tale da non esercitare neppure più la speranza di uscire fuori dal labirinto, come un topolino stremato dalle scosse dello sperimentatore crudele. Il nuovo portale è dunque apparso fin dall'inizio come una via di fuga potenzialmente eccellente.

Ditta e biblioteca hanno messo in comune esperienze e punti di partenza diversi; fragilità e punti di forza sono risultati complementari: lavorare insieme ha portato a sinergie virtuose, riducendo i costi e concordando di far entrare gli sviluppi prodotti nei rispettivi *know-how*.

All'inizio lo staff della San Giorgio si è concentrato sul linguaggio. Poiché nella gestione in presenza ha imparato ad assumere il punto di vista del sole-utente, attorno al quale ruotano – come nel sistema copernicano – tutte le azioni di servizio, ha deciso di scrivere le pagine informative in una forma inconsueta, adottando la prima persona, ovvero mettendosi nei panni di un cittadino che utilizzi la biblioteca. Alle pagine di approfondimento (raggiungibili nel box collocato al termine di ogni pagina) è stato assegnato il compito di fornire informazioni più dettagliate, o l'accesso a documenti istituzionali, da scrivere in modalità "ordinaria". In ogni pagina si è creata poi la possibilità di attivare un box di tipo "Vedi anche", nel quale la biblioteca può suggerire link esterni verso i quali navigare in rete. Questa forma di scrittura è risultata tutt'altro che facile: ancora adesso si trovano pagine nelle quali è rimasto qualche "errore" stilistico.

Lo staff ha lavorato alacramente anche sulla architettura del sito, scoprendo le difficoltà nascenti dal "mettere ordine" nelle proprie azioni: inserire ogni attività all'interno di una tassonomia ha permesso di gettare luce su più di una zona grigia del lavoro quotidiano. Il gruppo si è confrontato su percezioni e valutazioni diverse, che nel tempo hanno avuto modo di camminare affiancate senza darsi disturbo, e che al momento dell'inserimento nel portale non hanno potuto evitare la collisione tassonomica: l'attività X è vista come un servizio o una iniziativa? Al centro dell'attenzione sono stati collocati i "verbi" della biblioteca, ovvero le azioni che le persone possono fare all'interno della struttura. Ne è stata redatta una lista lunghissima, che poi – come detto in precedenza – è stata "riciclata" anche per la mappa introdotta

nella segnaletica emozionale. Da questa lista sono stati estrapolati otto verbi (*divertirsi, studiare, guardare, leggere, imparare, ascoltare, partecipare, navigare*) che sono apparsi quelli più forti e attrattivi, e che sono diventati altrettanti "canali" entro cui far fluire le informazioni, offrendo una modalità alternativa di navigazione all'interno del sito. Dunque, ciò che in origine era accessibile ordinariamente dall'albero gerarchico delle rubriche tradizionali, finalmente è risultato raggiungibile anche tramite questi grappoli di connessioni, che permettono all'utilizzatore di muoversi in modo "serendipico" all'interno dell'area semanticamente più vicina ai suoi interessi. Oggi, infatti, chi sceglie di "guardare" che cosa c'è in biblioteca, accede direttamente ai link che lo portano ai programmi cinematografici, alla raccolta multimediale, alle mostre, alle esposizioni nelle vetrine: aspetti diversi della proposta della biblioteca, collocati in luoghi lontani nella mappa del sito, e ora offerti l'uno accanto all'altro, in maniera irrituale, per favorire scoperte inattese e incentivare la navigazione nel sito.

Tra fine 2009 e inizi 2010 la ditta ha proposto un semilavorato destinato ad essere migliorato, massaggiato, cambiato, ristrutturato un milione di volte prima della presentazione ufficiale (e un altro milione di volte dopo la presentazione, ad onor del vero). Al centro dell'attenzione è stato posto subito il requisito dell'accessibilità: oltre al rispetto della Legge Stanca, lo ha imposto una attenzione sincera a questo tema. Anche questa volta è stato chiamato in causa l'Osservatorio provinciale sul superamento delle barriere architettoniche e sensoriali, grazie al quale si è creato un gruppo di volontari non vedenti e ipovedenti³⁶ disponibili a testare i primi prototipi; i loro consigli e suggerimenti sono stati fondamentali per la definizione della versione definitiva del sito ed hanno guidato alla messa a punto di una versione semplificata del portale, dove l'ampio corredo peritextuale è stato sfrondata, per offrire l'opportunità agli ausili di lettura per non vedenti di saltare subito alle informazioni primarie contenute nella pagina.

Fin dai primi mesi di vita online si è manifestato lo straordinario impatto degli eventi sull'architettura complessiva del sito, a specchio di ciò che succedeva nella realtà quotidiana, in cui la biblioteca risultava carica di eventi fino ad esserne fortemente segnata: animazioni per i bambini, proiezioni cinematografiche a tema nelle due sale del piano terreno (per i ragazzi) e del secondo piano (per gli adulti), presentazioni di libri, incontri, conferenze, convegni di varia natura ospitati nell'auditorium, mostre d'arte, esposizioni temporanee, vetrine, percorsi di lettura.

Per fare da contraltare all'idea della San Giorgio come semplice macinatrice di eventi, si è deciso di collocare in bella vista sulla homepage il contatore dei prestiti, un numeratore capace di rinfrescare il dato statistico lanciando una ricerca temporizzata sul gestionale: una "chicca" che non si è mai vista negli altri portali, e che ha l'effetto di valorizzare la straordinaria potenza di fuoco del prestito.

Oggi la biblioteca risulta essere una vera e propria fabbrica della conoscenza, incredibilmente attiva in tutte le sue diverse articolazioni ed il sito web aspira a rispecchiare questa caratteristica: la produzione delle informazioni su che cosa la biblioteca offre agli utenti è talmente cospicua e straripante da far muovere solo passi incerti alle intenzioni di tipo 2.0, che continuano a campeggiare nella *to do list* degli sviluppi futuri del portale. Nei primi anni della sua vita, il portale ha offerto poco o nulla di interattivo: se è vero che tutte le pagine sono commentabili, e che i commenti degli utenti sono in bella mostra sulla *home*, la dimensione *social* ha preso sostanzialmente altre strade,³⁷ risultate meno faticose e più frequentate di quella del portale.

Sono stati più pratici che metodologici i problemi che tra 2011 e 2012 hanno di fatto bloccato le intenzioni

progettuali per l'apertura di blog tematici e la creazione di uno spazio sottoposto a *password*, con il quale l'utente potesse accedere ad un'area dove lasciare alcuni "segni" personali, come recensioni, appunti di lettura ecc. Di fatto, paradossalmente, sul fronte 2.0 dal 2010 è stato attivato solo l'accesso al modulo "utente web" del gestionale del prestito, che consente all'iscritto di effettuare rinnovi e prenotazioni a distanza: quasi una rivincita telematica da parte del software proprietario di cui si è così tanto misurata la inadattabilità alle esigenze di innovazione e rinnovamento.

Dalla sua presentazione pubblica ad oggi il sito non ha beneficiato di significative ristrutturazioni né di implementi migliorativi: una evoluzione cospicua ha invece interessato la scelta strategica di ampliare il *carnet* degli eventi descritti in calendario, coprendo non solo le iniziative prodotte direttamente dalla biblioteca, ma anche tutti gli altri eventi culturali della città, comprendendo in modo particolare gli eventi prodotti dall'altra biblioteca cittadina, la Forteguerriana, dall'Assessorato alla cultura, dai musei pistoiesi, le presentazioni di libri organizzate dalle librerie locali, gli incontri culturali posti in essere dalle associazioni locali di cui si è avuto notizia. L'effetto finale è stato quello di virare struttu-



Home page del portale della San Giorgio (11 settembre 2012)

ralmente l'identità del calendario stesso da strumento con cui la biblioteca segnala ai cittadini i propri eventi a strumento di *reference* culturale di comunità. Dunque, un "calendario arricchito" che gli utenti della San Giorgio hanno cominciato a consultare con crescente fiducia per programmare le proprie uscite culturali, in ragione del buon livello di copertura informativa e della completezza dei dati registrati (solitamente ogni segnalazione è corredata dalla riproduzione in pdf della locandina, del depliant di invito o del link al programma completo).

Una torsione d'uso di questo genere ha avuto l'effetto di popolare in misura grandiosa il calendario, facendo guadagnare alla biblioteca una piccola rendita di posizione nei confronti dei soggetti terzi, i quali hanno mostrato il loro interesse a comparire nel calendario e quindi si sono attivati per aprire un flusso comunicativo regolare, in grado di garantire loro una dose aggiuntiva di visibilità, tanto più preziosa quanto gratuita e proveniente da una istituzione molto accreditata in città.

Tutta da perfezionare la grafica del sito, sulla quale ad onor del vero non è mai stata focalizzata l'attenzione. L'agenda dei lavori è oggi popolarissima: tra 2012 e 2013 le azioni in programma per il sito sono numerose. Di alcune di esse si parlerà nella seconda parte di questo saggio, al momento in cui sarà affrontata la tematica della comunicazione *social*: una nuova avventura dalle conseguenze di servizio tutt'altro che banali. A distanza di due anni dal varo, l'equipaggio governa la nave-portale schivando gli ostacoli della navigazione senza scosse pericolose: una riunione di redazione alla settimana, aggiornamenti quotidiani agli eventi di cui è pervenuta notizia, pubblicazione costante di nuove pagine sulle attività in corso e sui nuovi servizi messi a punto. Nel frattempo, hanno preso il via i lavori per il *restyling* integrale della nave, alla ricerca di una più efficace integrazione con la comunicazione di tipo *social*. *Library is a growing organism*.

Nella seconda parte (di prossima pubblicazione):

- La *newsletter* via e-mail: la San Giorgio in dodicimila caselle
- Comunicare *social*: le nuove sfide di oggi e di domani
- L'avventura del bilancio sociale: la San Giorgio come investimento per la città
- Consolidare il *brand*, coltivare la reputazione

NOTE

¹ Cfr. ANTONELLA AGNOLI, *Le piazze del sapere. Biblioteche e libertà*, Roma-Bari, Laterza, 2009. Anna Galluzzi ha inserito la San Giorgio tra i tre casi italiani più rappresentativi delle nuove prospettive per il servizio bibliotecario pubblico; al riguardo, cfr. ANNA GALLUZZI, *Biblioteche per la città. Nuove prospettive di un servizio pubblico*, Roma, Carocci, 2009, p. 124-127.

² Cfr. CLAUDIO ROSATI, *Questioni di soglia. Osservazioni sulla percezione degli spazi e dei servizi della Biblioteca San Giorgio di Pistoia*, "Culture del testo e del documento", 9 (2008), 26, p. 87-95.

³ Cfr. FRANCO MARCOALDI, *Pistoia e il miracolo della biblioteca*, in *Viaggio al centro della provincia*, Torino, Einaudi, 2009, p. 118-125.

⁴ Per una concisa ma efficace illustrazione della "idea di biblioteca" che soggiace al progetto, cfr. MAURIZIO VIVARELLI, *Un'idea di biblioteca*, "Biblioteche oggi", 25 (2007), 8, p. 8-9. Per una più approfondita e strutturata ricostruzione, cfr. MAURIZIO VIVARELLI, *Un'idea di biblioteca. Lo spazio bibliografico della biblioteca pubblica*, Manziana, Vecchiarelli, 2010, ricco anche di un'utilissima bibliografia, a cui si rinvia per brevità, segnalando in modo particolare gli altri contributi del medesimo Vivarelli. Tutti i documenti progettuali che portarono alla nascita della San Giorgio furono raccolti in un cd-rom di lavoro, che può essere richiesto in consultazione alla Biblioteca San Giorgio.

⁵ Cfr. *La San Giorgio di Pistoia*, "Biblioteche oggi", 25 (2007), 8, p. 7-31.

⁶ L'agenzia di servizi per la comunicazione pubblica e d'impresa *Comunica* si trova a Firenze, viale Giovine Italia 17. Sito web: <<http://www.comunica-online.com>>.

⁷ Cfr. FRANCO MARCOALDI, *Viaggio al centro della provincia*, cit.: "Può una nuova biblioteca cambiare la fisionomia di una città? Spostarne il baricentro? Ridisegnarne la morfologia? E soprattutto, può accadere in un paese come il nostro, dove molte, moltissime persone considerano la lettura di un libro soltanto uno spreco del proprio tempo? A giudicare dai primi sei mesi di vita della nuova biblioteca San Giorgio di Pistoia, si dovrebbe dire che sì, il miracolo è in atto" (p. 118).

⁸ Sangiorgio, San Giorgio, SanGiorgio e S. Giorgio sono le quattro varianti del nome che hanno convissuto a lungo nei prodotti editoriali della biblioteca stessa, oltre che nei materiali informativi prodotti dal Comune e dai soggetti esterni che hanno collaborato a vario titolo con la biblioteca.

⁹ Cfr. LEO LONGANESI, *La sua signora. Taccuino*, Milano, Rizzoli, 1957, p. 146: "Alla manutenzione, l'Italia preferisce l'inaugurazione" (Milano, 3 agosto 1955).

¹⁰ Cfr. DUCCIO DEMETRIO, *Raccontarsi. L'autobiografia come cura di sé*, Milano, Raffaello Cortina, 1996.

¹¹ Cfr. *Pistoia, la fabbrica della città. 4 progetti per costruire futuro*, Pistoia, Comune di Pistoia, 2006 (catalogo dell'omonima mostra, disponibile anche in versione elettronica: <<http://www.comune.pistoia.it/lafabbricadellacitta/rivista.pdf>>).

¹² Cfr. CLAUDIO ROSATI, *Questioni di soglia*, cit., p. 93.

¹³ Cfr. MARIA STELLA RASETTI, *Brancaleone in biblioteca. Fare la differenza con il gioco di squadra*, "Biblioteche oggi", 26 (2008), 2, p. 44-45 (anche in versione elettronica: <<http://www.bibliotecheoggi.it/2008/20080203901.pdf>>).

¹⁴ L'orario di apertura della San Giorgio si è attestato sulle 55 ore settimanali (lunedì 14-19, dal martedì al sabato 9-19), con chiusura completa nella settimana di ferragosto e due aperture antimeridiane il 24 e il 31 dicembre; con i suoi sei punti di

servizio da presidiare in contemporanea, non è mai stato possibile proporre prolungamenti d'orario al di là di situazioni "eccezionali", come le aperture serali nel mese di agosto, gli eventi domenicali o i seguitissimi "compleanni" con apertura fino a notte inoltrata. Il sistema di connettività *wi-fi* è stato installato in biblioteca solo nel giugno 2010 nella forma di servizio a pagamento, per poi passare alla gratuità a partire da ottobre 2011.

¹⁵ L'espressione è usata nel senso indicato da Malcom Gladwell nel suo saggio *Il punto critico. I grandi effetti dei piccoli cambiamenti*, Milano, Rizzoli, 2000.

¹⁶ L'Associazione Amici della San Giorgio, nata a dicembre 2009, ha sede all'interno della biblioteca. Ha un blog informativo (<http://amicisangiorgio.wordpress.com/>) e un profilo Facebook (<http://www.facebook.com/pages/Amici-della-San-Giorgio-As-sociazione/125638320838023>). Le informazioni su statuto, consiglio direttivo ed eventi dell'Associazione sono disponibili anche sul sito della biblioteca, a partire dalla pagina <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/gli-amici-della-san-giorgio/>.

¹⁷ Sulla storia del gruppo di genitori si veda sul sito della biblioteca la ricostruzione disponibile alla pagina <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/l-esperienza-di-babbomamma-legge/> ed in particolare la testimonianza-intervista *Dalla voce di Chiara Bacialli*, condotta ad una delle mamme più attive del gruppo, disponibile alla pagina <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/dalla-voce-di-chiara-bacialli/>.

¹⁸ Sull'evento, che ha riscosso l'interesse della stampa periodica generalista e dei rotocalchi femminili a livello nazionale, si veda sul sito web della biblioteca l'articolo *Due cuori e una biblioteca*, <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/due-cuori-e-una-biblioteca>.

¹⁹ Per un approfondimento della tematica, cfr. LAURA FERRARIS, *Risorse da coltivare: vincoli e possibilità per una relazione attiva tra biblioteca, comunità e territorio*, in *I nuovi confini della biblioteca. Verso un servizio culturale integrato che si apre al territorio*, a cura di Massimo Belotti, Milano, Editrice Bibliografica, 2011, p. 91-108.

²⁰ A Giuseppe Prezzolini si deve il celeberrimo aforisma n. 40 "In Italia nulla è stabile, fuorché il provvisorio", così come si legge nel famoso *Codice della vita italiana* (Firenze, La voce, 1921).

²¹ L'acciaio corten, detto anche "acciaio patinato", ha la particolarità di essere molto resistente alla corrosione, grazie alla formazione di una patina superficiale compatta, costituita dagli ossidi dei suoi elementi di lega. La pellicola ha un colore che ricorda quello della ruggine. Negli ultimi anni questo tipo di acciaio ha trovato un impiego molto vasto in architettura e scultura. Alla San Giorgio l'uso del corten è esteso dagli elementi architettonici anche ai complementi comunicativi, come il grande logo all'ingresso. Sugli scaffali bifacciali, le due placche simmetriche in plexiglass destinate ad accogliere i cartoncini con le informazioni sulle raccolte sono unite tra loro da una bella riproduzione in corten del logo della biblioteca.

²² Tra agosto 2008 e luglio 2012 il ruolo di direttore della biblioteca è stato inglobato all'interno di una posizione dirigenziale a cui per la prima e unica volta nella storia del Comune di Pistoia sono state attribuite anche le responsabilità inerenti le attività culturali, i musei, la promozione sportiva, il turismo e le politiche giovanili.

²³ L'Osservatorio è stato istituito nel 2005 in seguito al protocollo d'intesa sottoscritto a Pistoia nel 2004 tra enti locali e associazioni dei portatori di handicap per il superamento delle

barriere. Tale protocollo rappresenta, a sua volta, un momento d'attuazione del protocollo d'intesa sottoscritto il 19 giugno 2003 dall'Unione delle province d'Italia (UPI) e dal Fondo italiano per l'abbattimento delle barriere architettoniche (FIABA).

²⁴ Il gruppo "I piloti del caos" ha un proprio portale informativo dove possono essere recuperate tutte le notizie sul progetto che li vede protagonisti. Il portale è raggiungibile all'indirizzo: <http://ipilotidelcaos.comune.pistoia.it>.

²⁵ Per saperne di più, <http://it.fonts2u.com/sansation-regular-carattere>.

²⁶ Per saperne di più, <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/guida-acustica-per-non-vedenti/>.

²⁷ Per una breve ricostruzione della figura di Dorothy M. Broderick, si rinvia all'articolo pubblicato sul sito dello "School Library Journal" in occasione della sua scomparsa, avvenuta nel novembre 2011: http://www.schoollibraryjournal.com/slj/home/893120-312/voya_cofounder_dorothy_broderick_dies.html.csp.

²⁸ La San Giorgio viene infatti scelta tra i casi italiani da illustrare in occasione del seminario "Le biblioteche del 2011 scommettono sul futuro? Nuove tecnologie per l'accesso alle collezioni e servizi di telefonia mobile per gli utenti", svoltosi il 4 marzo 2011 al Palazzo delle Stelline di Milano, come evento collaterale al convegno "L'Italia delle biblioteche. Scommettendo sul futuro nel 150° anniversario dell'unità nazionale". Di tale intervento sono disponibili online le *slides* a partire dall'indirizzo: <http://www.cenfor.net/upfiles/07-rasetti.pdf>. Per una visione d'insieme sull'argomento, cfr. STEFANO GAMBARI, *Marketing e promozione dei servizi di biblioteca tramite i codici QR*, "Bollettino AIB", 51 (2011), 1-2, p. 47-60.

²⁹ Il video è raggiungibile su Youtube all'indirizzo <http://www.youtube.com/watch?v=3iV9FVFtZTM>.

³⁰ Il canale è raggiungibile su Youtube all'indirizzo <http://www.youtube.com/user/bibliotecasangiorgio>.

³¹ Il portale web della Biblioteca San Giorgio è raggiungibile all'indirizzo <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it>.

³² Il programma del seminario è consultabile all'indirizzo <http://www.aib.it/aib/sezioni/toscana/conf/c100423.htm>.

³³ Il portale della Biblioteca San Giorgio all'epoca rappresentò la prima "realizzazione pratica" a fare tesoro di un percorso formativo offerto a fine 2009 dalla Regione Toscana e dall'AIB Sezione Toscana ai bibliotecari di ente locale sul tema "Il web 2.0 è entrato in biblioteca", il cui programma è raggiungibile all'indirizzo <http://www.aib.it/aib/sezioni/toscana/conf/c091109.htm>. Il programma del corso è raggiungibile all'indirizzo <http://www.aib.it/aib/sezioni/toscana/conf/c091109.htm>.

³⁴ Il sito istituzionale del Comune di Pistoia è raggiungibile all'indirizzo <http://www.comune.pistoia.it>.

³⁵ La ditta Comperio s.r.l. è raggiungibile via internet all'indirizzo <http://www.comperio.it>.

³⁶ Si ringrazia in modo particolare il signor Tiziano Storai per la sua partecipazione attiva e appassionata ai lavori di progettazione del sito web e della newsletter, grazie alla quale è stato possibile focalizzare in modo specifico i bisogni delle persone non vedenti e intervenire in sede realizzativa per migliorare la fruibilità dei servizi della biblioteca.

³⁷ Il tema della comunicazione *social* sarà trattato nella seconda parte di questo saggio (di prossima pubblicazione).

DOI: 10.3302/0392-8586-201208-010-1