Nel lavoro precedente, pur concentrato in buona parte solo sul *desktop publishing*, l'autrice ci aveva già avvertiti della pervasività della dimensione comunicativa, in cui l'architettura dell'edificio e il decoro degli spazi circostanti, i comportamenti del personale e le pratiche di servizio, l'attenzione ai dettagli di stile nel presentare le informazioni tramite la segnaletica o gli avvisi al pubblico, e infine la qualità nel curare l'uso degli strumenti della rete, vanno intesi come fattori concomitanti e *non neutrali* che, presi tutti insieme, costituiscono l'"interfaccia" particolare con cui una biblioteca si lascia conoscere e percepire, nel bene e nel male. In *Come raccontare in modo efficace la tua biblioteca*, il più vasto intento dell'autrice appare realizzato ancor più efficacemente, grazie a una gustosa panoramica, mai astrattamente teorica ma semmai volutamente discorsiva e ampiamente esemplificativa, di strategie comunicative vincenti.

Imparare a parlare con i diversi interlocutori ed essere capaci di ascoltarli, contando sui punti di forza e lavorando con costanza e pazienza sui difetti delle nostre biblioteche, è fondamentale per riuscire a poco a poco a scardinare i pregiudizi sul servizio bibliotecario persistenti nell'immaginario collettivo, e a conquistare/rafforzare finalmente una reputazione di affidabilità per i nostri istituti e per chi ci lavora. Se escludiamo gli eventi culturali, come sappiamo non è facile richiamare l'attenzione dei media sui caratteri "ordinari" della vita di una biblioteca (acquisizioni, prestiti ecc.). A tale scopo occorrono tecniche avvedute, abili e "innocentemente trasgressive" che aiutino i

bibliotecari a innalzare l'impatto e la frequenza comunicativa dei loro istituti, anche a basso costo. Analogamente, le attività di raccolta e divulgazione di dati sui servizi offerti non devono rispondere a logiche puramente amministrative e di buon funzionamento interno, al contrario dovrebbero trasformarsi in iniziative consapevoli di marketing, cioè essere indirizzate soprattutto a dimostrare a cittadini e amministratori la bontà degli investimenti. Altro aspetto decisivo riguarda le metodologie adottate per descrivere i servizi bibliotecari. Affiancare al tradizionale sistema didattico-formativo, quello cioè delle "istruzioni per l'uso" (regolamenti, guide, tutorial), un metodo di tipo "narrativo", fondato sull'esperienza diretta degli utenti, raccontandone le "storie" e provando a spostare il focus anche sui benefici ricevuti, sorregge la promozione della biblioteca e costituisce la migliore dimostrazione della sua utilità sociale. Particolarmente condivisibili e motivanti sono, infine, le pagine che l'autrice dedica alla visibilità del team, alla valorizzazione dell'apporto di ogni membro dello staff ai migliori risultati dell'istituzione; sotto questo aspetto, dobbiamo certamente ancora imparare molto dai colleghi di altri paesi, che hanno meno pudore di noi a comparire in pubblico, con sano orgoglio e facendo valere tutti i loro meriti.

In conclusione, questo libro si offre ai lettori come una boccettina di buon profumo, di piccolo formato ma di grande respiro, scritto e pubblicato nel bel mezzo di una pandemia. Ci consegna tutto il senso della nostra funzione sociale, ispirandoci a dare il meglio di noi

Maria Stella Rasetti

Come raccontare in modo efficace la tua biblioteca

Milano, Editrice Bibliografica, 2020, 71 p.

Maria Stella Rasetti ha da poco consegnato all'agile collana "Library toolbox" un nuovo lavoro, ancora dedicato (dopo il buon esito di *Come rendere più consapevole la comunicazione della biblioteca*, del 2018) agli aspetti dell'efficacia della comunicazione, a ragione ormai riconosciuti in modo concorde dalla letteratura professionale come centrali nel quadro delle competenze che si richiedono ai bibliotecari.

e provare a essere i migliori *testimonial* del valore delle nostre biblioteche ma senza mai scadere in logiche aziendalistiche bugiarde e deteriori. Esprime la convinzione che le biblioteche possono ancora contribuire sul serio al dialogo e alla crescita culturale delle nostre comunità, e che sono in grado di farlo meglio proprio nelle congiunture socio-economiche più complicate, evocate nella citazione da Herbert opportunamente posta in epigrafe: “*Libraries will get you through times of no money...*”. Ha il sapore genuino e l’ottimismo inguaribile della militanza professionale (da questo punto di vista, sembra fare il paio con un altro libro pubblicato di recente sempre da Editrice Bibliografica, *La biblioteca che verrà* di Luca Ferrieri), e ha anche la voglia propositiva e la capacità trascinate propria dell’autrice, la sua lucida e felicissima sfrontatezza, che tanto apprezziamo. *Come raccontare in modo efficace la tua biblioteca* rappresenta l’ennesima testimonianza di Maria Stella Rasetti su quali siano le leve che i bibliotecari devono sollevare per riuscire a trainare il servizio bibliotecario pubblico verso il successo, in uno sforzo continuo volto a rinnovare l’identità dei nostri istituti, per migliorarne e consolidarne l’impatto sociale. Non spaventiamoci, siamo tutti all’altezza: in definitiva si tratta, come ripete l’autrice nei diversi capitoli del libro, di “dare voce”: ai numeri, alle persone, alla squadra, a noi stessi. “Fare bene”, e “farlo sapere”.

DOMENICO CICCARELLO

Università degli studi di Palermo
domenico.ciccarello@unipa.it

DOI: 10.3302/0392-8586-202101-076-1