



Maria Cassella

**COME ALLESTIRE
E COMUNICARE
LE MOSTRE IN BIBLIOTECA**

Milano, Editrice Bibliografica, 2021, 88 p.

DOI: 10.3302/0392-8586-202202-068-1

Esce nella collana “Library Toolbox” un agile libro dedicato al tema delle mostre in biblioteca, che segue il discorso iniziato nella stessa collana da Francesca Ravanelli nel 2019³ e l’articolo di Maria Cassella del 2021, ripreso e ampliato dall’autrice.⁴ Il libro evidenzia quanto un piano di comunicazione ben progettato

rappresenti un elemento chiave per la realizzazione e il successo di una mostra. Benché la sensibilità rispetto a come le biblioteche comunicano se stesse sia ormai diffusa, Cassella sottolinea che, ancora troppo spesso, la comunicazione istituzionale è considerata come un elemento accessorio della professione mentre la sua centralità, non solo per un’attività che definisce “non ordinaria” come la realizzazione di una mostra, dovrebbe essere strettamente connessa alla dimensione sociale delle biblioteche, al contatto con il territorio, con la comunità di riferimento e con i pubblici potenziali.

In questo contesto, le mostre sono un formidabile tramite per sollecitare l’interesse verso le collezioni e un’opportunità da cogliere per ogni tipologia di biblioteca, comprese quelle accademiche dove le attività di terza missione hanno l’obiettivo di stimolare il processo di connessione e coinvolgimento della cittadinanza.

Tema e platea rappresentano la fase embrionale del piano di comunicazione da realizzare: maggiore è l’ampiezza del pubblico a cui ci si

rivolge, maggiormente diversificata dovrà essere la tipologia di strumenti utilizzati. La scelta del tema della mostra è poi strettamente legata alla consapevolezza delle potenzialità di un fondo o delle *liason* che percorrono l'intero posseduto di una biblioteca, consapevolezza sulla quale si innestano le capacità creative e di approfondimento culturale dei bibliotecari.

Un'altra fase cruciale è quella della cura dello spazio, "un elemento non modificabile ma reinventabile attraverso l'ideazione del percorso espositivo". Partendo da questa suggestione, nel capitolo *L'allestimento: come comunicare nello spazio*, Cassella si sofferma, con cura e ricchezza di dettagli, su aspetti tecnici significativi, dalla scelta dei supporti, a contenuto, materiale e font da utilizzare nelle didascalie. Lo spazio espositivo è esso stesso un elemento di comunicazione all'interno del quale far vivere le narrazioni che si vogliono veicolare, senza dimenticare che il rapporto tra il visitatore e lo spazio della mostra è di tipo dialettico, un rapporto in cui cioè le scelte soggettive concorrono alla creazione del racconto dell'esposizione.⁵

Il terzo livello comunicativo analizzato da Cassella è quello che definisce il contesto della mostra, quel "luogo" dove rendere evidenti le connessioni tra le opere esposte e i soggetti narrati: pannelli, guide, manifesti, didascalie e tanti altri elementi, la cui efficacia si misura con la semplicità, chiarezza e brevità dei messaggi. L'autrice evidenzia, inoltre, l'importanza di creare un catalogo della mostra, strumento privilegiato per testimoniare la scientificità e per consentirne la memoria, grazie alla reperibilità garantita dalle biblioteche.

Strategico è poi il ruolo degli strumenti digitali per la comunicazione del patrimonio culturale che, nella loro estrema varietà, non si escludono a vicenda e anzi con-

sentono, anche con il supporto di professionisti esterni, la "diversificazione delle politiche di accesso a categorie di pubblico diverse per età, genere e condizione". Molto interessante l'esempio del podcast, strumento complesso e dalla storia affascinante,⁶ per il quale sembra utile il suggerimento di usare il formato dell'intervista.

La comunicazione a cui nel complesso si riferisce Cassella non è appiattita esclusivamente su ciò che viene realizzato in funzione promozionale ma permea ogni aspetto di una mostra; proprio per questo è importante il ricorso ai concetti di *storytelling* ed *engagement*, sia nel sito istituzionale, dove va evidenziata l'immagine coordinata della mostra, comunicate le modalità di accesso in presenza, inseriti i collegamenti alle risorse create a supporto, sia nei social media. La gestione dei social deve essere anch'essa frutto di progettazione e richiede la comprensione del loro funzionamento specifico, esperienziale e dialogico, e dei pubblici che è possibile raggiungere con ognuno di essi.

Un intero capitolo è dedicato alle mostre virtuali, tornate al centro della discussione professionale. La pandemia che stiamo attraversando ha mostrato, in un tempo brevissimo, l'irragionevolezza del non pensare in termini di apertura totale dei saperi attraverso le tecnologie digitali. I limiti di accesso agli spazi e al patrimonio degli istituti culturali, posti dall'andamento della situazione epidemiologica, hanno impresso una forte spinta all'adozione di modalità *blended* o totalmente virtuali per le esposizioni, mettendone in evidenza i vantaggi: per il pubblico l'accesso temporalmente esteso alle risorse di cui sono veicolo e la capacità di visione dettagliata delle opere, per i bibliotecari la possibilità di arricchire il contenuto della mostra nel tempo. A questo aggiungiamo la

speranza che le mostre virtuali diventino un veicolo per favorire una più diffusa consapevolezza dell'importanza di un'estesa digitalizzazione del patrimonio. Interessanti i casi elencati e soprattutto l'analisi delle buone pratiche nella progettazione di una mostra virtuale, che comprendono aspetti tecnici (qualità delle immagini, organizzazione delle sezioni iconografiche) e comunicativi (equilibrio testo-immagine, chiarezza lessicale).

La forza del libro di Cassella sta nel fornire suggerimenti utili sugli strumenti basilari per realizzare una mostra, ma soprattutto nel collocare questi strumenti in un quadro di riferimento ampio in cui a emergere è l'adozione di buone pratiche organizzative e comunicative. Per questo motivo *Come allestire e comunicare le mostre in biblioteca* è una lettura consigliata a chi desidera orientarsi in un'attività che, per quanto non ordinaria, ha la valenza strategica di rafforzare il legame che le biblioteche hanno con i contesti territoriali e digitali sui quali insistono, migliorandone l'approccio comunicativo complessivo, e di suscitare l'interesse dei bibliotecari sia in funzione di valorizzazione del patrimonio che di acquisizione di competenze.

CLAUDIO FORZIATI

Università degli studi
di Napoli Federico II
claudio.forziati@unina.it