

Comunicare una piazza del sapere - 5

La San Giorgio al lavoro nell'anno di Pistoia capitale italiana della cultura

MARIA STELLA RASETTI

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

Con questo contributo a più voci si conclude la serie di articoli attraverso i quali si è inteso raccontare l'avventura umana e professionale di un gruppo di bibliotecari impegnati a trasferire nelle fatiche della quotidianità il sogno potente della San Giorgio, una biblioteca sociale che ha fortemente inciso sui destini della propria città.¹ Aperta al pubblico nel 2007, la nuova biblioteca pistoiese si è imposta da subito non soltanto come uno spazio architettonico dalle grandi potenzialità di servizio, ma anche come un originale generatore di cittadinanza attiva. L'esperienza prodotta dall'Associazione degli Amici della San Giorgio e dai tanti alleati che partecipano attivamente alla produzione dei servizi collaterali, già conosciuta dalla comunità professionale, si pone utilmente sullo sfondo delle riflessioni contenute in queste pagine, che fanno seguito a un evento molto fortunato: quello della nomina di Pistoia a capitale italiana della cultura per il 2017.

Se nell'articolo precedente, uscito a marzo 2017, l'attenzione si era concentrata sul lavoro di preparazione al grande appuntamento, i testi che seguono sono stati invece scritti a esperienza già conclusa, quando è maturata l'urgenza di identificare l'entità del riposizionamento ottenuto, fare un inventario dei cambiamenti intercorsi e misurare l'impatto sul lungo periodo di un riconoscimento nazionale esterno

all'universo bibliotecario, ma che – come insegna il topos narrativo delle *sliding doors* – ha portato la biblioteca a essere protagonista di una storia molto diversa da quella che avrebbe vissuto se a Pistoia fosse stata preferita un'altra città. Nessuno saprà mai quanto in questo fortunato destino abbia giocato il merito e quanto il caso. Ma poiché – comunque siano andate le cose – l'impatto di questo accadimento sulla vita della biblioteca è stato davvero notevole, merita spendere qualche parola sul contesto istituzionale in cui la nomina è arrivata.

Le capitali italiane della cultura: “sorelle minori” di Matera

A partire dal 1985 l'Unione europea ha stabilito di designare ogni anno, a rotazione tra i paesi membri, una “città europea della cultura”, con il compito di valorizzare se stessa agli occhi della comunità internazionale. Dal 1999-2000 la formula della competizione si è affinata: è cambiato il titolo, divenuto “capitale europea della cultura”, è cambiata la modalità di designazione e anche il numero delle possibili capitali. Nella rotazione il turno dell'Italia è caduto nell'anno 1986 (con la nomina esclusiva di Firenze), nel 2000 (con la nomina di Bologna assieme ad altre sei città

europee) e nel 2004, quando Genova vinse il titolo assieme alla francese Lille. La prossima finestra italiana è destinata ad aprirsi nel 2019, quando appunto la città di Matera vivrà l'esperienza di capitale europea della cultura assieme alla bulgara Plovdiv, più conosciuta da noi come Filippopoli, la capitale dell'antica Tracia. Il turno successivo cadrà nel 2033, ultimo anno – ad oggi – tra quelli per i quali l'alternanza tra i paesi membri è stata già formalmente deliberata.²

La complessità del percorso per giungere alla nomina si legge in controluce nella tempistica stessa di elaborazione, presentazione ed esecuzione dei progetti su cui ogni città viene valutata: sei anni di tempo per realizzare ciò che si è promesso, una giostra di scadenze intermedie stringenti, prima e dopo la nomina, una rendicontazione dettagliata di ciò che si è fatto e ciò che si è speso. La candidatura a una competizione del genere non si improvvisa, ma al contrario richiede un dispiegamento cospicuo di intelligenze e investimenti, impegnando la classe dirigente locale non soltanto a un inusuale sforzo di programmazione di lungo termine, ma anche e soprattutto all'ancor più inconsueto rispetto delle promesse fatte.

Quando viene scelta come capitale europea, a ottobre 2014, Matera ha già alle spalle anni di lavoro, progettazione, condivisione di percorsi, messa a punto di strategie innovative: un patrimonio straordinario di idee, azioni, impegni e risorse destinato a dare buoni frutti in vista dell'appuntamento fatidico. Ma un analogo sforzo di progettualità e innovazione è stato condotto dalle altre città finaliste, che però non hanno raggiunto l'ambitissimo risultato: Siena, Perugia-Assisi, Lecce, Cagliari e Ravenna. Per non vanificare e disperdere l'impegno profuso nella messa a punto dei progetti, il ministro dei Beni culturali Dario Franceschini decide di nominare tutte le città finaliste come "capitali italiane della cultura" per il 2015, garantendo a ciascuna di esse la somma di un milione di euro a sostegno della realizzazione di almeno una parte dei programmi ideati. Per il biennio 2016-2017 invece viene istituita una vera e propria competizione, con tanto di bando, dalla quale risultano vincitrici per il 2016 Mantova e per il 2017 Pistoia, mentre per il 2018 la vittoria va a Palermo e per il 2020 a Parma: il 2019, l'anno di Matera, non avrà una capitale italiana della cultura, proprio per garantire la massima visibilità alla Città dei Sassi.

Il sito del MIBACT illustra con efficace sintesi il si-

gnificato di questa scelta: "L'iniziativa di selezionare ogni anno la 'capitale italiana della cultura' è stata introdotta con la legge Art Bonus³ e mira a sostenere, incoraggiare e valorizzare la autonoma capacità progettuale e attuativa delle città italiane nel campo della cultura, affinché venga recepito in maniera sempre più diffusa il valore della leva culturale per la coesione sociale, l'integrazione senza conflitti, la conservazione delle identità, la creatività, l'innovazione, la crescita e infine lo sviluppo economico e il benessere individuale e collettivo."⁴

Non è dato sapere se per il 2021 e gli anni successivi il MIBACT avrà intenzione di proseguire su questa strada, o riterrà opportuno destinare ad altra finalità il milione di euro che ogni città vincitrice ha finora ricevuto. È certo invece che la sola decisione di candidarsi a un premio del genere mette in campo un ragguardevole sforzo di programmazione e condivisione d'intenti tra molti interlocutori, che innalza la qualità della governance locale al di sopra della gestione del quotidiano e richiede un significativo impegno in termini di focalizzazione della visione con cui guardare al futuro della propria città. Per non parlare della difficoltà straordinaria di trasformare le parole in fatti, traducendo le promesse di candidatura in azioni reali, e dando in pasto al grande mostro della burocrazia tutte le sollecitazioni che si è avuto l'ardire di scrivere nel dossier, per trasformarle in determine da predisporre, CIG da prendere, procedure comparative da pubblicare, verbali di gara da redigere, DURC e casellari giudiziari da verificare, fatture da liquidare: il tutto – beninteso – entro e non oltre il 31 dicembre di un anno difficile da dimenticare.

2017: un anno durato 30 mesi

Per la Biblioteca San Giorgio l'anno di Pistoia capitale ha manifestato i propri effetti positivi già all'indomani della nomina ufficiale, avvenuta a fine gennaio 2016,⁵ per poi lasciare segni importanti sulle attività e i progetti del 2018, anno nel quale sono state portate a compimento alcune delle più importanti promesse di servizio fondate sull'impiego delle risorse del MIBACT. Del famoso milione di euro ricevuto in premio, circa un terzo è stato assegnato alle biblioteche cittadine: un risultato molto confortante e per niente scontato, anche se in linea col ruolo da esse giocato nel dossier di candidatura.⁶



1

1. Il nuovo scaffale di autorestituzione presso la Galleria Centrale

2. Uno dei sette maxi-schermi attivi all'interno della biblioteca nell'ambito del nuovo sistema di *digital signage*

3. Dopo la mostra dei libri d'artista di Anselm Kiefer, le vetrine espositive sono rimaste in biblioteca

4. La nuova Sala Corsi, dopo il riallestimento reso possibile dal finanziamento straordinario della Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia

5. Cinque nuovi portatili a disposizione per il prestito a casa, a favore degli utenti privi di computer



4



5



6. Gli ombrelli rossi con logo San Giorgio disponibili per il prestito agli utenti colti dalla pioggia durante la visita in biblioteca

7. Le nuove buste salvagoccia sono a disposizione di chi vuole introdurre l'ombrello bagnato in biblioteca

8. SanGiorgella, l'ultimo gadget di lettura della serie San Giorgio Effect

9. In una biblioteca "dal grande carattere" come la San Giorgio, non può mancare un espositore di volantini per chi ha problemi di vista

10. "Arte in prestito": il carrello con le opere d'arte a disposizione di tutti per il prestito gratuito

6



7



8



9



10

Più della metà del budget ha trovato la strada delle spese d'investimento, permettendo di dotare entrambe le biblioteche comunali, Forteguerriana e San Giorgio, di un nuovo apparato di bacheche espositive di alta qualità, che hanno permesso di “rilanciare” sul fronte della valorizzazione delle collezioni anche sul lungo periodo: una funzione tradizionale che ben si coniuga con lo spirito innovativo del resto delle iniziative. Il grosso della spesa d'investimento si è però concentrato su altre due voci: la posa in opera di un sistema di antitaccheggio di tipo RFID e l'attivazione di un sistema integrato di *digital signage*.

Sul primo fronte, la taggatura con chip RFID di circa 200.000 unità bibliografiche, assieme all'installazione di cinque postazioni di auto-prestito e di un innovativo scaffale di auto-restituzione (il primo ad oggi attivo in Italia), hanno permesso alla San Giorgio di fare quel salto di qualità nell'offerta dei servizi di base che le ristrettezze finanziarie degli ultimi anni avevano di fatto impedito: in buona parte liberati dalle più semplici operazioni di carico e scarico prestiti, gli operatori hanno potuto qualificare la propria presenza in front-office, investendo più tempo nella relazione con le persone, nelle azioni di presidio del territorio e negli interventi di ripristino delle regole di convivenza civile fra gli utenti, con l'effetto di alleggerire almeno in parte la tensione nata dal sentirsi “soli contro tutti”, e in più prigionieri di una coda di prestiti e restituzioni sottoposta a formarsi e riformarsi instancabilmente nel corso della giornata. Questo importante risultato, figlio del 2017, ha aperto la porta a nuove istanze comunicative: il sistema RFID serve solo per velocizzare la circolazione e rendere più spedite le operazioni inventariali, o può essere in qualche modo integrato nelle azioni di comunicazione ordinarie e straordinarie, permettendoci di segnalare e raggiungere le singole unità bibliografiche nel quadro di un percorso reale o virtuale dentro la biblioteca? Una storia appena iniziata, quest'ultima, che durerà, appunto, per tutto il 2018.

Sul secondo fronte, l'acquisto di sette maxi-schermi da 55 pollici, posizionati in varie zone strategiche della San Giorgio, ha permesso di potenziare la comunicazione ordinaria, offrendo al pubblico l'opportunità di fruire di tante sollecitazioni disponibili nei diversi riquadri in cui ogni maxi-schermo è diviso: dalle notizie sugli eventi in calendario ai trailer dei film in programma in Sala Cinema, dalle gallerie di immagini

sulle mostre in corso alle copertine dei libri appena catalogati, dagli avvisi di servizio agli annunci sulle iscrizioni appena aperte ai nuovi corsi di educazione permanente. I maxi-schermi sono governati da un computer centrale che decide il loro comportamento nell'arco della giornata, stabilendo volta per volta se farli girare all'unisono a partire da sequenze uguali di immagini e video, o se stabilire un menù diverso per ogni schermo, per offrire contenuti più in linea con il luogo in cui esso si trova; il computer può anche decidere se utilizzarli tutti a schermo intero, o ripartire ogni schermo in settori di grandezza diversa, per poi assegnare al singolo settore una specifica sequenza di immagini associate a contenuti particolari. E il divertimento può continuare ancora: perché più schermi possono essere visualizzati con la stessa modalità di suddivisione in settori, ma dall'uno all'altro può variare la collocazione dei contenuti: ad esempio, vicino al banco della Galleria centrale lo spazio più grande (poniamo) potrà essere dedicato alle copertine dei libri appena arrivati, mentre un riquadro più piccolo potrà ospitare i trailer dei film in programmazione, mentre in mediateca lo schermo evidenzierà nel riquadro grande i trailer, lasciando comprensibilmente uno spazio minore ai libri nuovi.

Fin dalle prime prove è emersa con grande evidenza la straordinaria flessibilità dello strumento e il suo grande appeal per il pubblico, che – complice la grande luminosità degli schermi – viene attratto inesorabilmente dal loro richiamo. Esteticamente molto belli, caratterizzati dal gioco dei colori e delle luci, gli schermi rappresentano un abbellimento significativo della struttura, danno un “tono tecnologico” che sostiene il brand complessivo, ma sono anche utili rispetto allo scopo originario, che è quello di orientare l'utente all'interno di una offerta sovrabbondante, aiutandolo a non perdersi in quel “paese dei balocchi” che la San Giorgio interpreta ogni giorno.

Fin dai primi mesi di sperimentazione l'impiego degli schermi ci ha permesso di esplorare almeno tre diverse piste di riflessione. La prima: l'esperienza che stiamo accumulando sia sul lato utente che sul lato operatore ci tornerà utile a decidere se e quando esportare questo tipo di comunicazione in luoghi diversi dalla biblioteca (dall'atrio del Palazzo Comunale alla sala d'attesa delle Poste, dal punto prestito al supermercato al Centro anziani). Lo schermo non ha bisogno di nient'altro che di un alleato locale che lo

accenda e lo spenga, e che si accerti del funzionamento della connessione internet: un ruolo di per sé non particolarmente impegnativo, ma sicuramente strategico affinché il gioco funzioni sul lungo termine e la macchina non sia lasciata in balia del primo vandalo di passaggio, della polvere e del malfunzionamento sempre in agguato.

Una volta individuato il nostro agente all'Avana, lo schermo esterno potrà essere governato da remoto al pari di tutti gli altri, e quindi – almeno in linea di principio – non richiederà interventi aggiuntivi e speciali, a meno che per quella particolare postazione non si voglia creare una comunicazione ad hoc. Ma di fronte a chi ventilerà quest'ultima ipotesi, chiameremo subito in aiuto Zygmunt Bauman, quando dice: “Il meglio può anche essere un nemico del bene, ma la perfezione è sicuramente un nemico mortale di entrambi.” Dunque, per il nostro schermo in Comune o al supermercato, sarà meglio farsi bastare le sequenze di immagini che prepariamo per l'interno. Al di là dell'onere legato all'acquisto dello strumento e alla prima installazione, sicuramente una presenza comunicativa di questo tipo risulta già sul medio termine piuttosto conveniente, perché azzera ogni altro impegno, qualifica fortemente la presenza della biblioteca e apre a soluzioni addirittura più ricche di quelle che si possono offrire all'interno della biblioteca stessa: in alcuni spazi, ad esempio, sarà possibile alzare l'audio e permettere alle persone di godersi i video in forma completa, senza per questo disturbare il resto delle attività in corso.

La seconda pista di riflessione ha riguardato invece la sostenibilità del nuovo *digital signage* nel contesto più generale delle scelte comunicative già in atto. Sito web ad aggiornamento giornaliero, newsletter settimanale, copertura social più volte al giorno, comunicati stampa e volantini specifici per ognuno delle centinaia di eventi messi in programma (oltre 2000 nel 2017!): come è possibile “incastrare” un nuovo compito all'interno dell'agenda di lavoro dei colleghi, già super-impegnati in tante altre attività istituzionali, compreso il banco, la catalogazione, il riordino degli scaffali? Come rendere praticabile sul lungo termine l'aggiornamento costante delle sequenze di immagini e video da preparare per popolare gli schermi, senza che il nuovo compito introduca un eccesso di stress, mettendo a rischio la tenuta del gruppo? Lo spettro degli schermi spenti si è aggirato sulle nostre

scrivanie, con la stessa macabra determinazione con cui lo spettro del comunismo si aggirò sull'Europa nel 1848.

Alcune scelte di campo si sono imposte da subito: creare un gruppo di lavoro in grado di intervenire sulla produzione dei contenuti, in modo tale da garantire la massima interscambiabilità tra le persone (perché le persone vanno in ferie, o si ammalano, ma la biblioteca no); riutilizzare per questo nuovo mezzo tutti i materiali già creati per gli altri ambienti comunicativi, in modo tale da ridurre al minimo la creazione di oggetti digitali ad hoc, con l'effetto di contenere al minimo il plus di tempo da dedicare allo scopo. Parola d'ordine: riciclare tutto, anche a costo di modificare alcune scelte condotte per la creazione di altri oggetti comunicativi, come le dimensioni delle immagini da usare per i volantini o sul sito web.

La macchina da guerra della San Giorgio, che molto si riconosce nella frase attribuita ad Einstein “Chi dice che una cosa è impossibile, è pregato di non disturbare chi la sta facendo”, ha affrontato il *kickoff meeting* sull'argomento con un misto di insano ottimismo e di pragmatica attenzione a tutte le possibili strategie per ottenere il massimo effetto col minimo sforzo, prevedendo di creare su un server già condiviso il deposito dei materiali da usare, suddividendo i compiti e calendarizzando i diversi interventi secondo una modalità destinata ad affinarsi nel tempo, e che qui non viene descritta, per proteggere quel “segreto industriale” che è alla base dei tanti successi della San Giorgio: l'organizzazione delle risorse umane. Fatto sta che ad oggi gli schermi sono sempre accesi, ricchi di notizie e bellissimi.

La terza e ultima pista di riflessione ha permesso di alzare lo sguardo fuori dalla biblioteca stessa: e se questa modalità di comunicazione, così efficace e gradita, si estendesse anche al resto dell'Amministrazione, fino a diventare patrimonio di tutti? Se dagli schermi transitassero notizie di pubblica utilità, alimentate da altri uffici e servizi dell'Ente, il servizio della biblioteca non ne trarrebbe forse beneficio, arricchendosi di quelle che un tempo noi bibliotecari chiamavamo “informazioni di comunità”, e che oggi sono tanto più utili quanto più sono offerte in diretta? E inoltre, se schermi come i nostri fossero posizionati nelle sale d'attesa degli uffici comunali, nelle farmacie, nelle scuole, ma anche nelle banche, nei ristoranti o in altri ritrovi pubblici e privati, il Comune non potrebbe

LA SAN GIORGIO IN #PISTOIA17

Un'avventura che non si è esaurita in 12 mesi, ma anzi ha permesso alla biblioteca di poter dialogare in maniera più coordinata e standardizzata con l'ufficio stampa del Comune di Pistoia e le altre agenzie culturali disseminate sul territorio: questo è stato il più grande beneficio che la nomina a capitale italiana della cultura 2017 ha prodotto sul fronte della comunicazione per la San Giorgio.

La scelta del Comitato Promotore di Pistoia capitale, già espressa nel dossier di candidatura, è stata di affidare la comunicazione social alle forze già presenti all'interno dell'Amministrazione comunale, a cui si è affiancata un'ulteriore figura, espressione della Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia (tra i membri del Comitato). Questa scelta ci ha portato a collaborare quotidianamente con i colleghi dell'ufficio stampa del Comune, con l'Agenzia di comunicazione Delos di Milano, con altri social media manager e addetti stampa delle varie agenzie culturali del territorio. Abbiamo portato sicuramente esperienze dovute alla consolidata presenza social della San Giorgio, ma il confronto e la collaborazione con altre figure professionali ci ha fatto crescere e conoscere modi diversi di lavorare sui media digitali.

La partecipazione associativa ha infatti caratterizzato la comunicazione social di #Pistoia17, per riprendere l'hashtag ufficiale di quest'anno così importante, che ha visto una gestione collegiale dei vari canali (il sito ufficiale www.pistoia17.it, Facebook, Twitter, Instagram) affidata ai principali enti e istituzioni territoriali. Il piano editoriale ha visto un uso diversificato delle piattaforme, avendo scelto di privilegiare Facebook come bacino su cui lavorare per giocare sulla cosiddetta *uau experience* (l'elemento che è emerso con maggiore frequenza nei commenti è stato infatti la sorpresa nello scoprire "perle nascoste", "bellezze inaspettate", "non immaginavo che potesse essere anche questo Pistoia").

Se in un primo momento abbiamo lavorato solo promuovendo la pagina in maniera tradizionale, nella seconda parte dell'anno abbiamo iniziato a organizzare campagne a pagamento, che hanno permesso di far conoscere ancora di più Pistoia come "città di tutti, una città a misura d'uomo capace di colpire chi l'attraversa". Gli obiettivi individuati nelle campagne a pagamento sono stati essenzialmente due: promuovere la pagina in sé e mettere in evidenza i post degli eventi più rilevanti.

Twitter e Instagram hanno giocato invece un ruolo più conservativo, vista la scelta di puntare sulla condivisione dei contenuti prodotti direttamente dagli account degli enti, delle associazioni e degli *influencers* locali con i quali si è instaurato un dialogo che continua ancora oggi. Una tale scelta ha permesso di scovare alleati che, in maniera del tutto volontaria e collaborativa, hanno permesso di promuovere anche fuori dai confini cittadini le iniziative in programma. Un esempio? La sinergia con la Biblioteca della Toscana Pietro Leopoldo, la quale forte del suo ruolo di promozione dell'identità della Regione, ha prodotto mensilmente segnalazioni bibliografiche estratte dal catalogo regionale, spaziando dalle tradizioni territoriali pistoiesi alla cucina toscana, dall'arte locale alla letteratura.

Un ruolo importantissimo è stato certamente quello del calendario degli eventi, in cui la San Giorgio e la Forteguerriana l'hanno fatta da padrone, con oltre duemila eventi alla fine del 2017. Un calendario che è stato raccontato in modo più testuale e narrativo nella prima parte dell'anno per giungere a un racconto sempre più emozionale e per immagini nel secondo semestre, visti anche i grandi avvenimenti ospitati presso le biblioteche cittadine e le grandi mostre in programma nel dossier. Al termine di questo lungo e ricchissimo anno, la San Giorgio è uscita ancora di più convinta del fatto che costruire un sistema di comunicazione digitale integrato significa riconoscere a ogni strumento obiettivi di comunicazione precisi, target specifici e un linguaggio che lo contraddistingua. Una strategia di comunicazione sui social media non può vivere staccata dal resto, ma deve armonizzarsi con la più ampia strategia di comunicazione generale dell'istituzione. Ai social media manager non deve essere chiesto di aggiungere dei canali di comunicazione digitali, ma piuttosto di proporre contributi su tutto lo spettro della comunicazione istituzionale, dando per acquisita la dimensione digitale come risorsa professionale e patrimonio di tutti.

Cristina Bambini e Tatiana Wakefield

mettere a punto una comunicazione generale entro la quale potrebbe transitare il grande flusso informativo della biblioteca? E infine: la biblioteca non potrebbe candidarsi a diventare il braccio armato dell'informazione in Comune? Dunque, molte domande, già

qualche risposta e qualche esperimento: e d'altronde la biblioteca non poteva non alzare lo sguardo verso l'ente nel suo complesso, impegnata com'era – con le sue due infaticabili social manager Cristina Bambini e Tatiana Wakefield – al tavolo generale di coordina-

mento della comunicazione per Pistoia capitale: nel box di pag. 11 la loro testimonianza su un anno di lavoro sicuramente molto intenso.

Al netto del sistema RFID e del *digital signage*, il resto delle risorse straordinarie di provenienza ministeriale è stato dedicato alla organizzazione di una mostra di libri d'artista di Anselm Kiefer,⁷ di cui è presente stabilmente un'opera⁸ all'interno della struttura, un convegno internazionale dedicato alla figura del gesuita pistoiese Ippolito Desideri,⁹ che a fine Settecento fece conoscere in Europa il Tibet, la sua cultura e la sua religione, e la mostra "La città che scrive"¹⁰ in Forteguerriana, volta a far conoscere il contributo degli intellettuali pistoiesi (da Cino da Pistoia a Guccini) all'evoluzione della lingua italiana nei secoli: tre eventi di spessore scientifico cospicuo, che non si sono limitati a bruciare sul momento le risorse a essi destinate, come avviene naturalmente per appuntamenti di questa natura, ma hanno lasciato in entrambe le biblioteche un nuovo corredo espositivo di alto profilo, con l'effetto di generare una nuova offerta espositiva prima impossibile.

L'effetto San Matteo

La vita non è giusta per gli esseri umani, figuriamoci per le biblioteche: possono esserci momenti nei quali è difficile farsi finanziare la copertura di un servizio essenziale, mentre in altri (più rari, purtroppo) si ha l'impressione che i soldi arrivino senza difficoltà, richiamati dall'appeal del successo ottenuto grazie all'impiego di altri soldi: "ricchezza chiama ricchezza", verrebbe da dire, citando la particolare dinamica sociale che la moderna sociologia ha imparato a identificare con l'espressione "effetto San Matteo".¹¹ Attorno all'anno 2017 sono infatti arrivati nelle casse della biblioteca numerosi contributi straordinari, che hanno reso possibile attivare un mosaico di interventi di grande impatto sui servizi: 20.000 euro dal bando della Fondazione della Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia, con cui si è riallestita ex novo la Sala Corsi del secondo piano, ora dotata di una LIM di ultima generazione, 12 postazioni PC corredate di pacchetti software individuali e una postazione docente con software d'aula; 3.000 euro da bando di sponsorizzazione, con cui la ditta TT Tecnosistemi di Prato¹² ha offerto cinque notebook da destinare al prestito

a casa degli utenti che ne sono privi; 15.000 euro dall'Ambasciata degli Stati Uniti d'America in Roma, per l'acquisto di dieci nuove sedute collaborative, da comporre e scomporre a piacimento in occasione di lavori individuali o di gruppo da attivare all'interno del makerspace YouLab Pistoia,¹³ e per un "tavolo interattivo" in grado di integrare il *digital signage* di provenienza ministeriale con una macchina in grado di sollecitare la partecipazione degli utenti; 13.000 euro da bando di sponsorizzazione, con cui la società partecipata Publiacqua¹⁴ ha finanziato l'acquisto di una nuova scaffalatura per la mediateca, di divanetti e poltroncine in plastica riciclata da esterno, la creazione di un "angolo morbido" per i più piccoli in Sezione Ragazzi e l'acquisto di un PC e altri complementi informatici per la Forteguerriana, oltre a sostenere parte delle spese per la mostra "La città che scrive". Cospicuo anche il contributo straordinario della Regione Toscana, che - in aggiunta alle risorse ordinarie stanziare a favore di REDOP,¹⁵ la rete cooperativa della provincia di Pistoia, di cui la San Giorgio è capofila - ha erogato 46.000 euro nel 2016 e 30.000 euro nel 2017 per realizzare alcuni degli obiettivi più salienti dell'annualità di Pistoia capitale: dall'acquisto di nuove postazioni PC alla progettazione di giochi elettronici sulla lettura, dal popolamento massivo delle voci di Wikipedia dedicate a Pistoia alla stampa di oltre 100.000 copie dei calendari di attività, dalla riprogettazione della linea grafica complessiva della biblioteca alla ideazione e produzione di una nuova guida all'uso dei servizi, dalla campagna fotografica sull'uso corretto della struttura "Ma tu, come la vuoi, la San Giorgio?" alla copertura delle spese per tutti i "grandi eventi" non inseriti nel dossier di candidatura: il Bibliopride realizzato il 30 settembre con l'AIB,¹⁶ il convegno internazionale sulle *Human Libraries* realizzato in collaborazione con l'Associazione Pandora di Monteverchi,¹⁷ la XIV edizione del Forum del Libro-Passaparola, in collaborazione con l'Associazione Forum del Libro,¹⁸ e la prima edizione sperimentale del festival letterario "L'anno che verrà" (al quale è dedicato il box di approfondimento del suo vulcanico creatore e curatore, Martino Baldi).

Infine, la sponsorizzazione di 3.900 euro proveniente dalla società cooperativa CoopCulture di Mestre (VE)¹⁹ ha permesso di acquistare robusti ombrelli rossi, su cui campeggia il logo della San Giorgio e dello sponsor, che sono stati destinati in parte a omaggi e

in parte al prestito individuale: a Pistoia piove spesso, e capita che gli utenti vengano sorpresi dalla pioggia mentre si apprestano a lasciare la biblioteca per tornare a casa. Niente di più facile, adesso, chiedere in prestito un ombrello, per riportarlo in occasione della prossima visita: entro una settimana senza pagare nulla, con un piccolo *fee* di 10 centesimi al giorno (al pari di libri e film) per ogni giorno ulteriore di ritardo.

Pioggia e ombrelli sono stati al centro anche di un secondo progetto realizzato grazie alla sponsorizzazione di CoopCulture: la ditta Chimical Meridionale di Nardò (LE)²⁰ ha infatti realizzato un graziosissimo distributore di buste salvagoccia, che i frequentatori trovano all'ingresso della biblioteca, proprio accanto al *doggy bar* per gli amici a quattro zampe:²¹ nelle buste trasparenti, ben identificate dal logo della biblio-

L'ANNO CHE VERRÀ

L'intento principale da cui è nato il festival "L'anno che verrà: i libri che leggeremo" è stato quello di realizzare un grande evento legato alla promozione del libro e nel contempo lanciare un testimone verso il futuro da Pistoia, a poche settimane dalla conclusione del suo anno da capitale italiana della cultura.

Da qui l'idea di presentare in anteprima le uscite di narrativa delle principali case editrici italiane, con la presenza dei direttori editoriali o dei principali editor che illustrano le scelte di catalogo per i mesi successivi, accompagnati da un loro autore a cui viene dedicato un approfondimento. Per la maggior parte degli editori lo scrittore ospite era l'autore di un libro ancora in fase di lavorazione, per pochi altri l'ospite è stato scelto tra gli autori di un libro già in libreria da qualche settimana ma da considerare significativo per il profilo delle scelte. In caso di editori specializzati sulla letteratura straniera (Sur e L'orma) sono intervenuti gli editor o i traduttori.

Per restare fedeli a un'interpretazione della bibliodiversità in armonia con i principi fondanti della nostra professione ("A ogni lettore il suo libro", "A ogni libro il suo lettore") abbiamo tenuto insieme grandi e piccoli editori, e cercato il più possibile di abolire le barriere tra i cosiddetti addetti ai lavori e il pubblico dei lettori, tramite spazi di conforto aperti a tutti e iniziative collaterali improntate all'incontro tra universi che troppo spesso sembrano paralleli.

Il sabato è cominciato con una sessione pomeridiana in cui gli editori Bompiani/Giunti, Einaudi, E/O, Feltrinelli, Laterza e Mondadori hanno presentato i loro progetti e i loro autori. Gli autori selezionati si sono poi rivelati ottime scelte, a giudicare dall'esito del loro lavoro, presentato a Pistoia ancora in bozze: Francesco Targhetta e Rosella Pastorino, per esempio, sono stati inseriti nella cinquina del Premio Campiello, Valerio Valentini ha addirittura vinto il Premio Campiello Opera Prima, Marco Balzano è arrivato in finale al Premio Strega, e gli altri due autori presenti, Luca Saltini e Sacha Naspini, sono stati accolti da una ricezione critica e di pubblico decisamente notevole.

La sera del sabato, grazie alla *partnership* con l'Ambasciata USA in Italia, abbiamo aperto una finestra sulla letteratura americana, ospitando gli autori di due libri appena tradotti in italiano, capaci di rappresentare da due angoli di prospettiva molto diversi il presente della narrativa americana: Tom Drury e Benjamin Markovits, pubblicati rispettivamente da NNE e 66thand2nd.

La domenica il palcoscenico, o meglio, il salotto, visto che le conversazioni sono state ospitate nell'*open space* della Galleria Centrale, ha visto protagonisti dieci editori indipendenti che davvero rappresentano l'eccellenza della categoria: Adelphi, Liberaria, L'Orma, Marcos y Marcos, Minimum Fax, NNE, Racconti, 66thand2nd, Sur, Voland. Gli autori presenti sono stati Nicola H. Cosentino, Omar Di Monopoli, Tiziana D'Oppido, Enzo Fileno Carabba, Marco Marrucci, Michele Orti Manara e Danilo Soscia.

Tra le attività alternative, è stato partecipatissimo e apprezzatissimo lo *speed date* (realizzato da Goodbook.it) che ha fatto incontrare direttamente i lettori in cerca di consigli con i principali editor delle case editrici, ma un risultato addirittura oltre ogni aspettativa è stato quello degli incontri di *scouting* tra scrittori, editori e agenti letterari. Ventiquattro aspiranti autori, selezionati tramite un bando in collaborazione con la rivista "The FLR - The Florentine Literary Review", hanno potuto incontrare in colloqui di venti minuti ciascuno un editore o un agente letterario per avere una valutazione professionale del proprio lavoro. Dagli incontri è nato addirittura un contratto per un romanzo, uscito il 7 giugno 2018 per Voland: *Guasti* di Giorgia Tribuiani. Un grandissimo successo per una iniziativa del genere, originale e alla prima edizione. Altri autori sono stati inoltre presi sotto le ali dei professionisti che hanno incontrato e sono probabili nuove sorprese in tal senso. Hanno partecipato a questi incontri gli editori E/O, Marcos Y Marcos, Voland, Liberaria e Racconti e gli agenti letterari Silvia Brunelli, Benedetta Centovalli e Monica Malatesta.

Martino Baldi

teca e dello sponsor, gli utenti sono invitati a inserire il proprio ombrello bagnato, prima di portarlo con sé all'interno. Parquet al riparo dall'acqua e ombrelli personali al riparo dai furti: tutti felici, dunque, e per molto tempo, visto che la scorta di buste trasparenti, regolarmente impilate in scatole di cartone nel magazzino rifornimenti, è destinata a durare almeno alcuni anni.

Con l'ultima tranche della sponsorizzazione CopCulture è infine stata realizzata la *SanGiorgella*, un gadget di lettura in cartoncino fustellato a forma di bottiglietta d'acqua da 500 ml, nato dalla fervida creatività della bibliotecaria Carolina Montagni, che nel box qui sotto illustra il nuovo prodotto, collocandolo nel filone ormai consolidato della linea di gadget di lettura *San Giorgio Effect*.

Parola d'ordine numero 1: innovare

Un po' di soldi, molta attenzione dall'esterno, il clima positivo che si è subito creato con i nuovi amministratori dopo le elezioni di metà anno, hanno fatto da brodo di coltura di numerose altre innovazioni sul fronte dei servizi, che qui vogliamo brevemente ricordare: primo fra tutti il *Librobus*, una sorta di bibliobus alla rovescia, pensato come possibile integrazione al prestito a domicilio per gli anziani, quest'ultimo gestito magistralmente dagli Amici della San Giorgio. La filosofia di fondo è molto semplice: chi non ha l'auto e non

ha nessuno per farsi accompagnare in biblioteca può telefonare e prenotare il passaggio di un pulmino che una volta alla settimana raccoglie un massimo di otto persone, per accompagnarle in San Giorgio e riportarle a casa a fine pomeriggio. Chi prima arriva prima alloggia: se i posti sono già esauriti, ci si può prenotare per il prossimo giro. L'idea è piaciuta moltissimo, raccogliendo attorno a sé il favore di tanti anziani o persone con difficoltà motorie, che hanno potuto uscire di casa, scoprire la biblioteca e trascorrere un paio d'ore in compagnia degli Amici della San Giorgio, perfetti "padroni di casa", assieme alle bibliotecarie.

Dopo la prima volta alcuni utenti del servizio sono tornati, col desiderio di rinnovare l'esperienza, saperne di più sulla biblioteca e godersi di nuovo tè e biscotti in compagnia. Finanziato dalle risorse MI-BACT di Pistoia capitale, questo servizio è cessato con la fine dell'anno: siamo oggi alla ricerca di uno sponsor che copra le spese davvero contenute nel noleggio del pulmino con conducente (meno di 100 euro a settimana), mirando a trasformare questa opportunità speciale in un servizio continuativo.

Gli Amici della San Giorgio sono inoltre stati protagonisti di altre due innovazioni importanti: l'attivazione di una linea di comunicazione per ipovedenti, dal promettente titolo "La San Giorgio: una biblioteca dal grande carattere", e la nascita dell'Artoteca. Entrambe le linee di azione sono state finanziate con risorse comunali, provenienti da un bando rivolto alle associazioni culturali del territorio.

BENVENUTA, SANGIORGELLA!

Libractive, *Mentesnella*, *Propolib* e *SanGiorgella* sono i nomi dei prodotti che la linea *San Giorgio Effect* distribuisce gratuitamente a tutti i suoi lettori. Di cosa si tratta è presto detto: sono percorsi promozionali bibliografici, dalle forme un po' irruziali, raggruppati sotto un originale marchio - *San Giorgio Effect* - nato nel 2013 grazie alla fantasia e alla creatività di bibliotecarie e bibliotecari della San Giorgio. Promuovere un libro non corrisponde, infatti, alla semplice azione di esporlo in una vetrina o suggerirne la lettura a un amico, ma implica la destrezza di inserire il titolo in un contesto emozionale capace di attirare la curiosità dell'utente. La resa grafica, l'attenzione al contenuto del libro, l'ambito in cui il gadget è inserito sono gli ingredienti che determinano la coesione e il successo di un *brand* che ha tra i suoi fini comunicativi anche quello di promuovere la lettura. L'ultimo gadget nato in casa San Giorgio si chiama *SanGiorgella* ed è una bottiglia (di carta) che evoca in ogni minimo dettaglio l'immagine di quella in plastica che comunemente troviamo sugli scaffali dei supermercati. *SanGiorgella* non pone rimedio all'arsura provocata dall'afa estiva, ma assolve comunque a un altro importante compito fisiologico, quello di placare la sete di conoscenza che assilla l'intelletto umano nelle diverse fasi della sua vita.

La linea per ipovedenti ha permesso di realizzare un format grafico speciale con testi a corpo 16, in grado di essere letti da persone con problemi di vista: non si è trattato di fare un semplice ingrandimento dei normali volantini, ma di studiare la soluzione grafica più idonea per confezionare notizie fruibili anche da questo target di pubblico, destinato a crescere, se non altro per il naturale invecchiamento della popolazione residente. Il format è ora a disposizione della biblioteca per essere usato con qualunque tipo di informazione: dall'anno scorso i prodotti finali trovano posto nei totem-contenitori che gli Amici hanno commissionato e posizionato a ogni piano dell'edificio, a conferma del loro intendimento di presidiare da vicino un bisogno particolarmente sentito.

Il progetto è stato arricchito da una serie di incontri sul tema della salute oculare, sulla prevenzione della perdita della vista e sui corretti stili di vita per mantenere i propri occhi in salute, organizzati tra 2017 e 2018 dagli Amici della San Giorgio in collaborazione con Federottica Pistoia (l'associazione di categoria degli ottici che da anni offre alla biblioteca occhiali da lettura da dare in prestito agli utenti) e alcuni medici oculisti locali.

L'Artoteca è invece nata dal naturale innamoramento degli Amici per l'esperienza del Multiplo di Cavriago, una biblioteca con cui essi sono entrati in contatto diretto a partire dal convegno del 2014 "Una biblioteca per amica".²² L'esperienza emiliana è stata però giocata in una chiave leggermente diversa, focalizzan-

do l'attenzione sulla capacità dei volontari di sensibilizzare gli artisti locali a donare una o più opere per l'attivazione del prestito a domicilio. A ottobre 2017 le 30 opere raccolte, incorniciate con le risorse provenienti dal bando comunale, sono state donate alla San Giorgio e da lì inserite in catalogo²³ e nel circuito del prestito locale, a seguito dell'approvazione di una specifica disciplina andata a integrare le regole del prestito già contenute nella vigente Carta dei Servizi. Questo primo contingente di opere, destinato a crescere nel tempo, è da allora posizionato su uno speciale carrello industriale acquistato allo scopo e collocato nella Galleria centrale, vicino al banco informazioni e prestito: un nuovo servizio che ha sicuramente suscitato interesse e curiosità da parte del pubblico, pur giocando su piccoli numeri.

L'azione degli Amici della San Giorgio non si è certo fermata qui: l'ultima voce del progetto finanziato dal Comune ha previsto infatti la creazione di una nuova segnaletica di orientamento e informazione relativa alle opere d'arte presenti in biblioteca, nell'intento di valorizzare quella "offerta di bellezza" che aiuta la San Giorgio a essere una biblioteca diversa dalle altre. Inutile dire che gli Amici si sono dati un gran daffare per tutto l'anno: orgogliosissimi della nomina della loro città a capitale della cultura, hanno alimentato con i numerosi eventi il ricco calendario di attività, hanno presidiato le proposte provenienti dalla biblioteca, hanno sostenuto i punti prestito già attivi e hanno promosso l'apertura di un nuovo punto pre-

Le diciotto recensioni che articolano il gadget "equipaggiano" il pubblico di attuali chiavi di lettura su temi in discussione ai nostri giorni, dall'ambito scientifico a quello psicologico, dal campo letterario a quello artistico. Ogni segmento di indagine è rappresentato da un diverso colore, che viene esplicitato sul retro della bottiglietta, "giocando" con le nomenclature degli elementi fisici e chimici che nella realtà caratterizzano l'acqua: ecco che la silice diviene allora psicologica, il bicarbonato artistico, i nitrati sono letterari e infine anche il magnesio si unisce ad altri minerali che rileggono il benessere fisico e psichico dell'individuo. L'intento sotteso a SanGiorgella è quello comune a tutti i gadget della linea *San Giorgio Effect*: leggere nutre e idrata la mente, la rende più agile, duttile, aiuta a migliorare noi stessi e i rapporti interpersonali che, giorno dopo giorno, costruiamo. Allora, se leggere un libro fa davvero bene alla nostra testa e al nostro corpo, non ci resta che concludere con le suggestive parole dello scrittore argentino Jorge Luis Borges: "leggere è una delle possibilità di felicità che abbiamo noi uomini".

Carolina Montagni

stato in un salone di bellezza del centro. Entusiasti e instancabili, con la loro allegria e il loro sorriso sono stati perfetti ambasciatori e interpreti di quella “biblioteca dei cittadini” che hanno contribuito a creare e a far crescere come luogo di incontro, di felicità e di condivisione.

Parola d'ordine numero 2: immagazzinare

L'ottima intesa con l'Amministrazione e il favore dei cittadini ci lasciano guardare al futuro della San Giorgio con speranza e senza paura, anche dopo che le luci della ribalta si sono spente. Va però detto che le condotte maturate in passato per superare momenti critici hanno consolidato nel team alcune abitudini che non sono state dismesse neppure in questo straordinario periodo di vacche grasse. Prima fra tutte, l'abitudine di utilizzare le risorse assegnate fino all'ultimo euro, anche a costo di comprare due penne e tre lapis, che possono sempre tornare comodi; l'abitudine a crearsi piccole o grandi scorte di tutto, dai pennarelli per i laboratori per bambini ai quaderni per chi partecipa agli incontri di educazione permanente, dai cartoncini per gli attestati ai corsi di You-Lab alle lampadine da tener pronte per quando quelle in servizio dichiareranno *forfait*, dai toner di ricambio per la fotocopiatrice a colori alle cuffie dei computer, ad alto tasso di usura. Per non parlare delle borsine blu di stoffa, con il logo della biblioteca, che dureranno ancora per molto, molto tempo.

Il magazzino ricambi e scorte è un preziosissimo tesoretto, pronto a calmare le nostre ansie da prestazione nell'attesa che i futuri bilanci vengano approvati e i contributi deliberati: una dispensa che ricorda un po', per quantità e organizzazione, quella della famiglia Webber nel film *Sbucato dal passato*. In realtà rischi di radiazioni atomiche a Pistoia non ce ne sono, ma è facile rimanere senza blocchi di carta per lavagne a fogli mobili proprio alla vigilia di un convegno importante, e noi non ce la sentiamo di offrire a un relatore venuto da fuori il retro dei fogli già usati o addirittura dei manifesti d'avanzo.

Il reimpiego dei residui sugli impegni assunti nel corso dell'anno, l'utilizzo frequente di oggetti portati da casa, la richiesta estesa a Amici e utenti di portarci cose che non usano più per creare un nuovo progetto fa il pari con l'abitudine all'auto-riciclag-

gio che il *team* ha scientificamente maturato nella produzione dei contenuti informativi: se è vero che i testi delle recensioni che pubblichiamo debbono essere sempre originali, e non transigiamo sul fatto che i libri vadano letti (a casa!) per poter essere recensiti, è altrettanto vero che una buona recensione può essere riutilizzata più volte, a corredo di più rassegne, anche a distanza di anni, magari attraverso una utile operazione di “mimetizzazione” rispetto all'uso originario. Del pari, succede che il testo di un volantino su un evento sia utilizzato anche nella pagina web, nel comunicato stampa, nella notizia da affidare ai social network o alla newsletter: mai sprecare il tempo di lavoro nel fare più volte ciò che è già stato fatto.

Parola d'ordine numero 3: guardare lontano

La biblioteca ha operato nel 2017 su tempi molto più lunghi del solito: la produzione di calendari in cui dichiarare l'offerta culturale e di servizio del quadrimestre successivo, di cui si è a lungo parlato nella quarta puntata di questa serie,²⁴ ci ha posto davanti alla necessità di squadernare l'agenda delle attività con un anticipo inusitato rispetto ai normali tempi di programmazione, con l'effetto secondario – tutt'altro che irrilevante – di condizionare anche la programmazione delle attività di tutti gli altri alleati: professionisti, associazioni, volontari, enti con i quali si sono condivisi progetti e iniziative.

Alzare gli occhi dal cassetto delle cose da fare nell'immediato ci ha permesso di dispiegare uno sguardo d'insieme sull'offerta complessiva di servizio, aprendoci la prospettiva di una più accurata pianificazione delle proposte da calendarizzare. Con il quadrimestre dissezionato sotto i nostri occhi, abbiamo potuto governare in modo molto più stringente il nostro “prodotto”, sia colmando micro-lacune che sarebbero sfuggite a una scala più bassa, sia distribuendo più uniformemente nell'anno quelle proposte che nella modalità ordinaria sarebbero state calendarizzate con maggiore casualità.

Terminato il 2017, la pratica della programmazione sul lungo termine non si è persa, ma per fortuna ha preso campo piuttosto stabilmente anche nelle relazioni con tutti gli alleati. Anche senza più gli obblighi legati ai tempi di produzione dei calenda-

ri quadrimestrali, la nuova condotta di concordare con molto anticipo le diverse proposte culturali ha facilitato il lavoro di tutti, con l'effetto virtuoso di creare una sorta di magazzino temporale degli eventi: anch'essi, al pari delle scorte di cartoncini, messi da parte per essere usati e incasellati al momento opportuno.

Di ciò che è accaduto nel 2017 ci resterà quasi tutto: gli investimenti, i nuovi progetti, le nuove idee, le lezioni apprese dagli errori commessi, la determinazione nel rimanere in corsia di sorpasso per un periodo così lungo, la capacità di tenere testa alla fatica. L'orgoglio di avere superato insieme tante prove, e avercela fatta, è andato a nutrire i nostri ricordi comuni e le emozioni condivise; ma soprattutto ci ha convinti della profonda verità della frase di Roy Kroc, fondatore di McDonald's: "Nessuno di noi è tanto in gamba quanto noi tutti messi insieme".

NOTE

¹ Cfr. *Comunicare una piazza del sapere – 1: Primi appunti di laboratorio dalla Biblioteca San Giorgio di Pistoia, a cinque anni dalla sua apertura*, "Biblioteche oggi", 30 (2012), 8, p. 10-25; *Comunicare una piazza del sapere – 2: Nuovi appunti di laboratorio dalla Biblioteca San Giorgio di Pistoia*, "Biblioteche oggi", 31 (2013), 1, p. 8-24; *Comunicare una piazza del sapere – 3 Appunti di laboratorio dalla Biblioteca San Giorgio di Pistoia*, "Biblioteche oggi", 33 (2015), 2, p. 17-22; *Comunicare una piazza del sapere – 4: La San Giorgio nell'anno di Pistoia capitale italiana della cultura*, "Biblioteche oggi", 2017 (35), 2, p. 57-66.

² Cfr. *Decisione n. 445/2014/UE del Parlamento e del Consiglio del 16 aprile 2014 che istituisce un'azione dell'Unione "capitali europee della cultura" per gli anni dal 2020 al 2033 e che abroga la decisione n. 1622/2006/CE*, "Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea", 3 maggio 2014.

³ Cfr. *Legge 29 luglio 2014, n. 106, Conversione, con modificazioni, del decreto-legge 31 maggio 2014, n. 83 Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo* (G.U. 30 luglio 2014, n. 175).

⁴ http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sitoMiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_1398816910.html

⁵ Per la cerimonia di nomina di Pistoia a capitale italiana della cultura, cfr. <https://www.youtube.com/watch?v=6Gvu-HKuNhc>.

⁶ https://www.comune.pistoia.it/media/DOSSIER_II.pdf.

⁷ Cfr. *Anselm Kiefer a Pistoia. Libri fra i libri*, a cura di Gabi Scardi, Pistoia, Gli ori, 2017.

⁸ Cfr. *Anselm Kiefer, Die grosse Fracht*, testi di Omar Calabrese e Bruno Corà, Pistoia, Gli ori, 2007.

⁹ <http://www.ippolito-desideri.net>.

¹⁰ Cfr. *La città che scrive. Percorsi ed esperienze a Pistoia dall'età di Cino a oggi*, a cura di Giovanni Capecchi e Giovanna Frisini, Firenze, Edifir, 2017.

¹¹ L'effetto San Matteo è stato studiato per primo dal sociologo americano Robert K. Merton, che ne descrisse gli effetti in campo scientifico nell'articolo pubblicato su "Science" nel 1968 (l'articolo è consultabile online a questo indirizzo: <http://www.garfield.library.upenn.edu/merton/matthew1.pdf>).

¹² <http://it.tecnosistemi.com>.

¹³ YouLab Pistoia è un *makerspace* aperto dal 2013 presso la Biblioteca San Giorgio, grazie alla collaborazione con l'Ambasciata degli Stati Uniti d'America in Roma, che lo ha inserito all'interno del progetto internazionale di diplomazia pubblica *American Corners*, attivato dal Dipartimento di Stato del Governo USA. Per saperne di più su questo progetto, e in generale sulla possibile relazione tra *makerspace* e biblioteche, cfr. Maria Stella Rasetti, *I makerspaces in biblioteca: moda passeggera o accesso al futuro?*, "Biblioteche oggi", 33 (2015), 4, p. 17-37.

¹⁴ <https://www.publiacqua.it>.

¹⁵ <https://biblio.comune.pistoia.it>.

¹⁶ <http://www.aib.it/attivita/bibliopride/bibliopride2017/programma-30-settembre-pistoia>.

¹⁷ Un ampio resoconto del convegno è stato pubblicato nel dossier "La biblioteca vivente" sul numero di marzo 2018 di questa rivista.

¹⁸ http://www.forumdellibro.org/news.php?id_news=251.

¹⁹ <https://www.coopculture.it>.

²⁰ <http://www.chimicalmeridionale.it>.

²¹ Il *doggy bar*, alimentato ogni mattina con acqua fresca, è stato donato nel 2016 alla biblioteca dagli Amici della San Giorgio, in occasione della prima edizione della "Festa del cane", un appuntamento ormai consolidato nel calendario annuale, quasi al pari della "Festa del gatto", che vanta invece una tradizione più lunga, avendo registrato la prima edizione nel 2014. Vale ricordare che la Toscana, con la legge n. 59 del 20 ottobre 2009, è stata tra le prime regioni italiane a sancire il diritto dei quattro zampe a entrare in biblioteca e negli altri spazi pubblici, fatte salve alcune buone regole di comportamento affidate all'accortezza del padrone. Fuori dalla porta d'ingresso della San Giorgio c'è infatti da molti anni "Fido Lindo", un contenitore di sacchetti trasparenti

che ciascun utente ha facoltà di utilizzare per sistemare al meglio le deiezioni del proprio pelosetto. La legge è stata recentemente modificata da nuove norme per il trasporto degli animali sui mezzi pubblici, confermando una lunga tradizione di affezione nei confronti dei quattro zampe.

²² <http://www.sangiorgio.comune.pistoia.it/una-biblioteca-per-amica>.

²³ <http://biblio.comune.pistoia.it/library/Pistoia-San-Giorgio/artoteca>.

²⁴ *Comunicare una piazza del sapere* – 4, cit.

ABSTRACT

This article is the last one of a series dedicated to the experiences of communication at the San Giorgio library of Pistoia. The focus is on the new projects and initiatives born and realised in 2017, a very particular year for this library. In fact, Pistoia was elected “Capital of the Italian culture” by the Italian Ministry of Cultural Heritage and has been receiving an extra subsidy and a special visibility at national level.

DOI: 10.3302/0392-8586-201806-005-1

Stefania Fabri • LA RISCOPERTA DEI CLASSICI



Editoria, cinema, serie tv continuano ad attingere a piene mani dai classici della letteratura per ragazzi, segno di un fenomeno di vera riscoperta. Il libro si rivolge ai lettori, accompagnandoli tra gli scaffali in un viaggio che vuole essere una rilettura critica dei classici nel segno della loro attualità. In questo senso può risultare una guida molto utile anche per bibliotecari e insegnanti, per riproporre questi testi ancora così attuali.

ISBN 978-88-9357-003-9 • 144 p. • € 13,00

L'AUTRICE

Ha lavorato per molti anni nelle biblioteche del Comune di Roma, occupandosi in particolare di letteratura giovanile. In seguito è diventata coordinatrice della Mediateca della Galleria Comunale d'Arte Moderna e infine responsabile della gestione e programmazione degli Spazi Culturali Capitolini. Scrittrice di libri per ragazzi e saggista, partecipa abitualmente in qualità di relatrice a convegni e corsi di formazione per bibliotecari e insegnanti. Ha curato mostre e convegni nell'ambito della promozione della lettura.

www.bibliografica.it • bibliografica@bibliografica.it

