

DISCUSSIONI

Pubblica 2.0

di Alberto Salarelli

La recente crisi economica che ha fatto sprofondare il mondo occidentale in un baratro del quale è arduo intravedere il fondo ha avuto il non disprezzabile merito di aver attenuato la fede, spesso integralisticamente professata, nei meriti intrinseci e assoluti del mercato e delle sue capacità palingenetiche e autorisanatrici. Di fronte alle sciagure causate da un sistema drogato dall'imperativo della circolazione dei capitali anteposto, contro qualsiasi logica, all'analisi delle condizioni della loro produzione e consumo; di fronte a banche di affari e di malaffari in grado di elaborare sofisticatissimi prodotti finanziari con guadagni in progressione logaritmica basandosi sull'intramontabile pratica delle catene di Sant'Antonio; di fronte a consumatori ormai talmente rimbambiti dai richiami pubblicitari da trovare inevitabile l'indebitamento personale nella convinzione adamantina di dover perseguire uno stile di vita *upper*; di fronte al cedimento strutturale di una macroscopica speculazione crollata con fragore sulle teste di tutti, anche su quelle dei pensionati incolpevoli e dei risparmiatori ignavi, torna in auge, salvatore delle Patrie e dei Portafogli, il vecchio Stato con la sua *longa manus*: l'intervento pubblico.

È questo infatti il "nuovo" soggetto ispiratore del massiccio piano di investimenti dell'amministrazione Obama e delle teorie neocolbertiste di Tremonti: irrisa e negletta in anni di liberismo sfrenato, si riscopre come l'espressione politica della collettività sia l'unico mastice da provare ad utilizzare nel tentativo di tenere insieme i cocci di una società frammentata da pratiche individualistiche spinte fino al parossismo. Che il rimedio possa rivelarsi se non risolutivo, perlomeno efficace, rimane una questione aperta. Si vedrà. Fin da ora però è degno di nota l'aver riscoperto come il perseguimento del bene individuale non solo non possa prescindere dal rispetto dei diritti altrui in virtù del principio di legalità, ma debba essere rivolto direttamente o indirettamente alla crescita del benessere sociale nel suo complesso. Se fare il bene in modo diretto (sempre che si siano prioritariamente chiariti i fini e i metodi del proprio operare onde evitare di ricadere nell'area S del celebre grafico di Carlo M. Cipolla sulla distribuzione della stupidità umana¹) non

ALBERTO SALARELLI, Università di Parma, Dipartimento dei beni culturali e dello spettacolo, sez. Beni librari, e-mail: alberto.salarelli@unipr.it. L'articolo riprende, modificandoli e integrandoli, i contenuti di un intervento tenuto alla manifestazione "Le biblioteche nell'era del Web", Catania, 4 dicembre 2008. Ultima consultazione siti web: 3 febbraio 2009.

1 Carlo M. Cipolla, *Le leggi fondamentali della stupidità umana*, in *Id. Allegro ma non troppo*, Bologna: Il Mulino, 1988, p. 57-59. Riferendosi agli effetti dell'operare di coloro che occupano l'area S, l'autore scrive: «La nostra vita è anche punteggiata da vicende in cui noi si incorre in perdite di denaro, tempo, energia, appetito, tranquillità e buonumore a causa delle improbabili azioni di qualche assurda creatura che capita nei momenti più impensabili e sconvenienti a provocarci danni, frustrazioni e difficoltà, senza aver assolutamente nulla da guadagnare da quello che compie. Nessuno sa, capisce o può spiegare perché quella assurda creatura fa quello che fa. Infatti non c'è spiegazione – o meglio – c'è una sola spiegazione: la persona in questione è stupida».

è appannaggio di tutti ma solo di persone particolarmente sensibili al proprio prossimo, fare il bene in modo indiretto significa accettare l'esistenza di quello che Thomas Hobbes e Adam Smith chiamano il *commonwealth* al quale siamo tutti chiamati a partecipare tramite la scelta della nostra rappresentanza politica e al finanziamento delle attività di governo. La famigerata dichiarazione di Tommaso Padoa-Schioppa – «dovremmo avere il coraggio di dire che le tasse sono una cosa bellissima» – fu infelice nella confusione, purtroppo frequente, tra il piano etico e quello estetico: il gusto del sacrificio è prerogativa dei martiri, ma la necessità del sacrificio è (o, secondo l'ex-ministro, "dovrebbe essere") obbligo morale per ciascun cittadino al fine di poter ricevere in cambio una gamma di servizi che non gli appartengono come proprietà individuale ma in quanto membro della collettività. Se dunque il "pubblico" può non essere bello per come è gestito o per le caratteristiche e l'onere del prelievo fiscale, è tuttavia buono perché fuor di esso il mondo non brulica di angioletti ma, siamo sempre ad Hobbes, di lupi.

In cosa consiste dunque il *commonwealth*? La risposta di Adam Smith è questa:

erigere e mantenere quelle istituzioni e quelle opere pubbliche che, nonostante possano essere estremamente vantaggiose a una grande società, sono tuttavia di tale natura che il loro profitto non potrebbe mai ripagare la spesa a un individuo o a un piccolo numero di individui, e che pertanto non ci si può aspettare che questi possano erigerle o mantenerle².

Il concetto di "pubblico" si riferisce a istituzioni e servizi che, per la loro specifica natura, non possono essere fondati dai singoli membri della società ma unicamente dalla collettività che se ne fa carico. Le attività che ne derivano possono, come noto, essere svolte direttamente dall'istituzione oppure da un privato che le esercita dietro mandato in sua vece, oppure ancora da un privato che, in regime di privativa e talora di concorrenza, operi all'interno di quell'ambito di interessi relativi alla collettività nel suo complesso e che perciò eroghi servizi «volti a garantire il godimento dei diritti della persona, costituzionalmente tutelati, alla vita, alla salute, alla libertà ed alla sicurezza, alla libertà di circolazione, all'assistenza e previdenza sociale, all'istruzione ed alla libertà di comunicazione»³. Che le biblioteche rientrino fra questi servizi è cosa scontata: ben prima di Antonio Panizzi lo stesso Adam Smith indicava infatti tra le istituzioni pubbliche per eccellenza «those for the instruction of people of all ages». Meno scontato è stabilire che cosa comporti in termini di tipologia e qualità dei servizi il fatto di essere offerti da un'istituzione pubblica o da un privato. Infatti se è vero, come affermava Luigi Crocetti, che «la pubblicità della biblioteca pubblica non risiede nel fatto di essere proprietà o emanazione di una struttura pubblica. Si può benissimo immaginare una biblioteca pubblica in mano privata»⁴, è altresì indubitabile come nel passaggio dal pubblico al privato si manifestino una serie di questioni di non secondaria importanza.

Bisogna innanzitutto considerare il concetto di "spazio della biblioteca", ovvero del luogo, da intendersi nella più ampia accezione del termine, nel quale essa attua le proprie finalità. Può trattarsi dello spazio fisico, geograficamente individuabile, caratterizzato dall'edificio dove opera l'istituzione, ma anche di quello "non fisico",

² Adam Smith, *La ricchezza delle nazioni*, a cura di Anna e Tullio Biagiotti, Torino: UTET, 1975, p. 887-888.

³ Legge 146/1990, art. 1.

⁴ Luigi Crocetti, *Pubblica*, in Id., *Il nuovo in biblioteca e altri scritti*, Roma: ALB, 1994, p. 52.

specificamente della Rete, nel quale si manifestano interazioni sia fra documenti e persone sia fra persone e persone: uno spazio coincidente con le forme che i servizi bibliotecari assumono nel momento in cui vengono proposti attraverso Internet⁵.

Vi sono molti aggettivi fra i quali scegliere per definire la società occidentale contemporanea, uno solo può forse comprenderli tutti: "complessa". Che la si consideri sotto l'aspetto della contaminazione culturale, o sotto quello della frammentazione del mercato del lavoro o, ancora, alla luce della compresenza di tecnologie vecchie e nuove, la società nella quale viviamo si presenta come un costruito eclettico e multidimensionale che difficilmente può essere interpretato con l'ausilio di un numero ristretto di criteri d'analisi. Di conseguenza, se non si vuole correre il rischio di scindere la riflessione biblioteconomica dal contesto sociale nella quale le biblioteche sono inserite, risulterà evidente come da questa «complessità inestricabile», per utilizzare un'espressione che ricorre nel rapporto Censis del 2008 sulla situazione sociale del nostro Paese, emergano richieste estremamente eterogenee⁶. Una biblioteca che voglia essere a servizio di questa società dovrebbe perciò strutturare i propri spazi in virtù di questa inevitabile complessità e dunque, come ha scritto Giovanni Solimine, «affidarsi a una scelta di fondo all'insegna della flessibilità»⁷. A partire da questo assunto, la prospettiva che si viene a delineare non è però scevra da ostacoli. Scartata in quanto utopistica l'ipotesi di un unico modello di biblioteca in grado di rispondere alle potenzialmente infinite necessità degli utenti, si apre un ventaglio di possibilità da vagliare in considerazione di vincoli di natura economica, logistica e strutturale che, nel caso del panorama italiano, è ulteriormente complicato dalla natura storica degli edifici dove molte biblioteche hanno già la loro sede o potrebbero averla in futuro. Come avviene in molti campi ove si esplica l'intervento pubblico la scelta di una particolare forma di organizzazione spaziale è dunque frutto di una *conventio ad excludendum* nei confronti di una serie di richieste da parte dei singoli cittadini rapportate ad altre ritenute più importanti ai fini del benessere collettivo. Un'amministrazione pubblica che si misurasse unicamente con l'esercizio della libera opinione da parte dei singoli membri della propria comunità di riferimento senza procedere verso una sintesi superiore volta a ricercare il denominatore comune delle molteplici istanze a lei rivolte, fallirebbe il suo ruolo istituzionale di mediazione. Altrettanto miope sarebbe una risposta rivolta unicamente alle attese dichiarate dei cittadini senza porre alcuna attenzione a quei bisogni inespressi che, nonostante non compaiano fra i desiderata esplicitati nei sondaggi, nondime-

5 Cfr. Domenico Bogliolo, *Lo spazio "non fisico" della biblioteca*, «Bibliotime», 3 (2000), n. 3, <<http://didattica.spbo.unibo.it/bibliotime/num-iii-3/bogliolo.htm>>. Una disamina approfondita del concetto di spazio in riferimento ai servizi bibliotecari in: Maurizio Vivarelli, *Costruire ed abitare la biblioteca: teorie, esperienze, pratiche per uno spazio da leggere*, «Biblioteche oggi», 27 (2009), n. 1, p. 34-63.

6 Sul rapporto tra biblioteche e società complessa si veda il cap. 6 di Paolo Traniello, *Biblioteche e società*, Bologna: Il Mulino, 2005, p. 143 e segg. In particolare l'autore rileva come l'attuale ricerca biblioteconomica non possa non porre, come suo presupposto imprescindibile, «la grande complessità non solo degli strumenti, ma delle stesse motivazioni dell'agire umano nella società di oggi, vale a dire delle finalità molteplici e addirittura contraddittorie che esso è in grado di proporre a se stesso nei confronti di una medesima struttura» (p. 143).

7 Giovanni Solimine, *Spazio e funzioni nell'evoluzione della biblioteca: una prospettiva storica*, in: *La biblioteca tra spazio e progetto: nuove frontiere dell'architettura e nuovi scenari tecnologici*, Milano: Editrice Bibliografica, 1998, p. 51.

no risultano essenziali al fine della determinazione degli obiettivi e delle forme dell'intervento pubblico.

Ci si perdoni l'ovvietà di queste considerazioni giustificata però dal fatto che, quantunque l'Italia sia reduce da una stagione molto fortunata nella quale sono state inaugurate biblioteche pubbliche di straordinaria bellezza ed efficienza, sempre più di frequente si tende a ragionare attorno a una tipologia di biblioteca – il cosiddetto *bookshop model* – sviluppatosi attorno a una logica prettamente di mercato. Alcuni articoli apparsi sulla stampa del nostro Paese (non solo quella specificamente biblioteconomica) hanno posto all'attenzione il caso Idea Store⁸, giungendo ad auspicare «una proposizione di questo modello in Italia»⁹. Risulta evidente come in questi contributi si faccia leva pressoché esclusivamente sugli aspetti positivi introdotti dagli Idea Store nell'organizzazione degli spazi e dei servizi bibliotecari: una posizione comprensibile vista la finalità che sottende questi scritti rivolti alla divulgazione di un nuovo modello di biblioteca. E dunque ad essi rimandiamo il lettore per una descrizione più approfondita degli Idea Store, limitandoci in questa sede a illustrare con poche parole di cosa si sta parlando per poi svolgere qualche valutazione critica in merito.

Gli Idea Store sono una nuova tipologia di biblioteca pubblica realizzata a Londra nel quartiere di Tower Hamlets, un quartiere grande come una media città italiana (oltre duecentomila abitanti), un quartiere socialmente complesso, con una popolazione composta per oltre il cinquanta per cento da minoranze etniche. Partendo dalla considerazione della scarsa affluenza di utenti nelle pre-esistenti biblioteche di quel sobborgo, si è pensato di modificare radicalmente la veste e i servizi dell'offerta in modo da renderli più allettanti per la popolazione. Si sono individuati luoghi dove già i cittadini tendevano a concentrarsi per diversi motivi (per esempio le stazioni della metropolitana) e lì si è deciso di aprire nuove strutture che richiamassero nell'architettura e negli arredi le più moderne catene librerie. I servizi offerti, oltre a quelli di consultazione e prestito dei materiali e alla possibilità di utilizzo di postazioni informatiche, spaziano dai corsi sui più svariati argomenti, alle proiezioni di film, alle consulenze offerte in loco da esperti, all'animazione per bambini e per anziani. Banditi i tradizionali divieti tipici della biblioteca (vietato disturbare, vietato mangiare), gli Idea Store sono uno spazio dove l'utente può esercitare in molteplici modi la propria libertà di entrare in contatto con i documenti o con le altre persone. Uno dei punti chiave di tutta l'operazione, infatti, consiste proprio nella possibilità di fare della biblioteca un luogo di socializzazione fra i cittadini. A sette anni dall'apertura del primo centro (sono quattro quelli a tutt'oggi funzionanti su un totale di sette previsti), il successo dell'iniziativa è stato straordinario essendo riuscito a portare in biblioteca oltre metà della popolazione residente a Tower Hamlets: logico pensare che gli Idea Store possano allora essere visti come un modello da imi-

⁸ Per limitarci all'ambito biblioteconomico segnaliamo: Fabio Severino – Giovanni Solimine, *Un nuovo modello di biblioteca civica: il caso Idea Store di Londra*, «Economia della cultura», 13 (2008), n. 2, p. 225-234; Anna Galluzzi, *Gli Idea Stores di Londra: biblioteche nel 'mercato' urbano e sociale*, «Bibliotime», 11 (2008), n. 2, <<http://didattica.spbo.unibo.it/bibliotime/num-xi-2/galluzzi.htm>>; Antonella Agnoli, *Nuovi progetti per nuovi spazi nel laboratorio creativo di Londra*, «Biblioteche oggi», 26 (2008), n. 10, p. 5-11. Un primo caso concreto in Italia di applicazione del modello in questione, seppur in termini non esattamente coincidenti con il corrispettivo inglese, è descritto da Maurizio Caminito, *Piccoli Idea Store crescono*, «Biblioteche oggi», 27 (2009), n. 1, p. 71.

⁹ Fabio Severino – Giovanni Solimine, *Un nuovo modello cit.*, p. 227.

tare anche in altre città, in altri contesti. Non mancano però, a nostro avviso, alcuni elementi di dubbio su cui varrebbe la pena riflettere.

Partiamo dalla logica dell'intera operazione. Se un sistema bibliotecario langue per mancanza di lettori ci pare sacrosanto prenderne atto e cercare di vedere come si possa operare per modificare in meglio la situazione. Più che giusto consultare i membri della comunità di riferimento per capire come vorrebbero fossero organizzate quelle istituzioni chiamate "biblioteche" che evidentemente conoscono solo per sentito dire visto che, statistiche alla mano, molti di loro non vi hanno mai messo piede. Quando però le risposte dei cittadini auspicano l'apertura di strutture che incorporano nelle loro funzioni una gamma di servizi non propriamente bibliotecari, allora c'è qualcosa che non funziona. Se infatti l'istanza del cittadino sottolinea l'importanza di edifici più funzionali, di orari di apertura più flessibili, di collezioni più ricche, c'è solo da prenderne atto per fare in modo di accontentarlo. E riconoscere che gli Idea Store possono fornire esempi importanti in tal senso. Ma quando i sondaggi condotti fra la popolazione suggeriscono di ripensare la biblioteca come un luogo ove siano messi a disposizione della collettività spazi, servizi e personale per poter esercitare i propri hobby, frequentare oltre 900 (novecento!) corsi di formazione per tutti i gusti (dalla cucina Thai al metodo Pilates), visitare mostre e/o assistere a rappresentazioni teatrali e musicali, allora bisogna forse domandarci se è corretto da parte dell'amministrazione pubblica fornire risposte supinamente aderenti al sentire dei propri cittadini senza considerare cosa le istituzioni sono e fanno in virtù di quegli obiettivi individuati nel corso della loro storia. È noto infatti come

la partecipazione diretta degli utenti alla gestione si è spesso mostrata in contrasto con il conseguimento di risultati di efficienza, spostando la produzione verso bisogni immediati, a detrimento delle finalità assegnate alle imprese pubbliche nel quadro della politica generale dell'amministrazione. Ciò accade in particolare quando gli utenti piuttosto che intervenire sui risultati della gestione intervengono nella definizione di ciascun atto di rilievo questionale¹⁰.

Le istituzioni non rispondono solo ai bisogni impellenti dei cittadini di oggi, rispondono anche a loro stesse, che è a dire alle generazioni di chi è venuto prima di noi e di chi verrà dopo di noi. Questo non significa la loro assoluta intangibilità, ma nemmeno la possibilità ad ogni refolo di vento di stravolgerne la fisionomia. «Se il cittadino vuole passeggiare fra gli scaffali con mezzo litro di caffè in mano preferendo i DVD disposti di piatto e non di costa, noi gli consentiremo di passeggiare fra gli scaffali con mezzo litro di caffè in mano esponendo i DVD di piatto e non di costa». Pensateci: chi ragiona così? L'istituzione pubblica o il mercato?

Nati a seguito di una ricerca di mercato e strutturati a misura di quella maggioranza di cittadini che ha come unico modello di spazi urbani a lei conosciuto il mercato, gli Idea Store non potevano che assomigliare al mercato, anzi all'ipermercato: un po' Blockbuster, un po' Feltrinelli, un po' Figurella.

Fino a che punto è da perseguire l'imperativo categorico che impone di andare alla caccia dell'utente per trascinarlo in biblioteca, per poterlo annoverare fra i propri utenti? Fino al punto da far assomigliare l'esperienza di una visita in biblioteca a quella di un pomeriggio in uno *shopping mall*? Secondo Severino e Solimine senz'altro sì:

10 Fabrizio Clementi, *Le biblioteche nella riforma dei servizi pubblici*, in *La biblioteca servizio pubblico locale*, a cura di Fausto Rosa, Gorle: CEL, 1995, p. 33.

la biblioteca deve aprire un dialogo con il suo pubblico, parlandone la medesima lingua. La lingua quotidiana, di tutti, oggi è quella della pubblicità, dei centri commerciali, della tv, dei personaggi dello spettacolo. Si tratta di una lingua forte, eccentrica, magari anche aggressiva, ma divertente, amica, non impegnativa¹¹.

Il paralogismo consiste nel fatto che, per aumentare il numero di visite di un'istituzione culturale di non lieve complessità – qual è la biblioteca –, si tenda a mutuare un modello dal mondo commerciale nella speranza che, trovandosi l'utente in un ambiente a lui già noto, possa vivere la propria esperienza di lettore con maggior agio e profitto. In altri termini, se gli utenti non vogliono trangugiare l'amaro calice della biblioteca, proviamo a zuccherargli la medicina fino a farla assomigliare a qualcos'altro. Biblioteca sotto mentite spoglie, dunque: non a caso si parla di Idea Store, bandendo la parola "biblioteca" e ovviamente anche "bibliotecario": termini che non convincono perché sanno di vecchio.

Ora, che il modello del centro commerciale sia un modello di successo, non vi sono dubbi. Che sia anche un buon modello dal punto di vista sociale è invece ampiamente discutibile. Senza scomodare le schiere di studiosi che sul tema discettano da anni, basterebbe mettere in pratica il semplice esperimento alla portata di ciascuno che consiste nell'osservare la popolazione dei centri commerciali. L'inviato del «Corriere della sera» Aldo Cazzullo ha intrapreso un viaggio in questa tipologia di non-luoghi ormai radicata anche nel nostro Paese verificando come l'ipotesi di Marc Augé sia pienamente confermata:

uno spazio né identitario né sociale né storico, perché non vi si costituiscono identità, non si stringono relazioni, non si sedimenta storia; l'uomo si ritrova solo ed è spinto al passaggio veloce, al provvisorio, all'effimero. Un luogo di consumo del presente, dice l'antropologo. Più banalmente, un affare¹².

Siamo dunque sicuri che le biblioteche debbano porsi questo modello come riferimento per le proprie attività? Siamo convinti che le biblioteche debbano configurarsi come le nuove «cattedrali laiche del consumo culturale»¹³, secondo la perentoria affermazione di Maria Stella Rasetti?

Personalmente nutriamo molti dubbi in merito. Ci pare biblioteconomicamente discutibile e soprattutto politicamente scorretto assumere l'omologazione generalizzata alla logica commerciale come elemento determinante dell'identità bibliotecaria. Biblioteconomicamente discutibile perché la complessità dell'istituto biblioteca non può essere facilmente e complessivamente riformulata nella lingua "non impegnativa" della pubblicità. Politicamente scorretto perché se le risposte delle amministrazioni alle esigenze dei propri cittadini si limitano all'offerta di ciò che essi nell'immediato vogliono, incuranti dei propri doveri istituzionali, il risultato è nel migliore dei casi l'appiattimento, nel peggiore il fallimento della funzione pubblica. Per rimanere ai fatti di casa nostra è sotto gli occhi di tutti la fine che sta facendo la Rai, sempre più preda delle logiche del mercato televisivo, sempre più infarcita di

11 Fabio Severino – Giovanni Solimine, *Un nuovo modello* cit., p. 232.

12 Aldo Cazzullo, *Outlet Italia. Viaggio nel paese in svendita*, Milano: Mondadori, 2007, p. 16.

13 Maria Stella Rasetti, *La biblioteca trasparente: l'istruzione all'utenza come strategia organizzativa*, Pisa: ETS, 2004, p. 50.

format acquistati su scala mondiale, incapace di proporre un modello alternativo alla programmazione dell'emittenza privata. In tali condizioni la complessità e la responsabilità del ruolo pubblico sono evidentemente annichilite:

prima di proclamare che la privatizzazione migliora le cose, è dunque bene tener presente che per i grandi magnati europei che abbiamo sott'occhio – i Murdoch o i Berlusconi – il soldo è tutto, e l'interesse civico o culturale è zero. E l'ironia di questa situazione è che Berlusconi e Murdoch si vendono, nella loro scalata verso smisurati imperi televisivi, come i 'democratici' che offrono al pubblico quel che il pubblico vuole, mentre la televisione pubblica è 'elitista' e offre al pubblico quel che è la televisione a volere. Come tartufismo non c'è male: Molière sarebbe invidioso¹⁴.

Sta di fatto che quando il mercato miseramente fallisce, allora il "pubblico" torna buono: si aprono le casse dell'erario per salvare i conti correnti delle banche che saltano per aria e le retribuzioni dei dipendenti delle aziende che chiudono. Troppo comodo. Non ci si può ricordare delle caratteristiche specifiche del modello pubblico, caratteristiche irrinunciabili in una moderna democrazia, solo quando c'è da mettere una pezza al privato. Il modello pubblico, per avere un senso, deve porsi come alternativa al mercato, non omologarsi ad esso.

L'attenzione delle pubbliche amministrazioni ai bisogni dei cittadini non può essere unicamente quella del recepimento delle loro esigenze ma dell'interpretazione e della sintesi delle medesime in risposte eque e lungimiranti non misurabili solo e unicamente con il metro della popolarità. Perché dalla popolarità al populismo il passo è breve. Afferma Sergio Dogliani, manager di Idea Store, che la politica permissiva alla base delle nuove biblioteche di Tower Hamlets «crea un posto che è veramente per tutti»¹⁵. Perché dire "per tutti" e non "per molti"? Perché non considerare quanti utenti delle vecchie biblioteche del quartiere non metteranno mai piede in un luogo dove telefonini e popcorn non sono vietati, dove la dinamica della piazza si impone sul silenzio della lettura, dove invece della competenza bibliografica del bibliotecario a rispondere sarà invece un baldo giovanotto – immediatamente riconoscibile grazie alla felpa con il *brand* Idea Store – assunto grazie alle sue doti di "comunicatore", di "facilitatore" e di "amante della lettura", ignaro però di ogni rudimento di catalogazione «per il semplice fatto che i libri arrivano dai fornitori già catalogati»¹⁶? Dove potrà esercitare i propri diritti questa (sparuta?) minoranza di lettori? E, soprattutto, i suoi diritti sono meno tutelabili rispetto a quelli di chi vuole che in biblioteca si organizzino corsi di manutenzione dell'automobile? A tal proposito scrive David McMenemy:

Yet, it remains the case that public libraries and bookshops exist to do fundamentally different things. While aping the look and feel of a modern vibrant commercial space within a public

¹⁴ Giovanni Sartori, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Roma-Bari: Laterza, 1999, p. 106.

¹⁵ Antonella Agnoli, *Nuovi progetti per nuovi spazi* cit., p. 6.

¹⁶ Ivi, p. 9-10. Un caustico ritratto degli aspetti problematici relativi agli Idea Store è tratteggiato da Rachel Cooke, *Time to go into battle to save our world of books*, «The Observer», 22 marzo 2009, <<http://www.guardian.co.uk/books/2009/mar/22/saving-british-libraries>>. Questo l'incipit: «Another library that opened to great hullabaloo is the Idea Store in Whitechapel, designed by David Adjaye and operated by Tower Hamlets. I despise the term "Idea Store" – what does it mean? – but on a warm spring day I go along to see it in a spirit of open-minded inquiry. From the street, its green and blue glass panels look attractive. Inside, it is a disaster». Ringrazio Giovanni Solimine per la segnalazione.

library may well be tempting, in doing so we may well be losing something of the ethos of the institution. The public sphere needs serious public spaces where ideas can be exchanged and access to knowledge means more than a quick sit down in a comfy chair with a coffee to access the latest best seller¹⁷.

In cosa consiste questa differenza tra il modello della biblioteca pubblica e quello di stampo privatistico degli Idea Store?

La questione può essere affrontata da molteplici punti di vista. Da quello strettamente biblioteconomico è evidente come il *bookshop model* proponga un servizio bibliotecario sostanzialmente dedicato a quella che Serrai definisce la «consumazione» del libro¹⁸, ovvero il suo utilizzo a fini educativi e ricreativi. L'enfasi su questa particolare declinazione del rapporto fra utente e documento impone una revisione continua dei materiali ai fini dell'aumento del tasso di circolazione libraria. Lo sviluppo delle collezioni è dunque sostanzialmente vincolato all'andamento del mercato editoriale, all'articolazione delle classifiche di vendita, al successo raggiunto da determinati titoli in virtù del *battage* pubblicitario delle loro case editrici. Ed allora, può essere unicamente il fondamentale presupposto della gratuità nell'uso della documentazione la linea di demarcazione in grado di distinguere una libreria da una biblioteca? Evidentemente no.

Indipendentemente dal fatto che esistono biblioteche dove l'attività di conservazione è privilegiata rispetto a quella di consumazione, anche per le biblioteche pubbliche più attente ai gusti popolari delle proprie comunità di riferimento vige il principio olistico per cui la raccolta, e cioè la rete delle relazioni fra i libri, è più importante dei libri stessi. È grazie alla struttura connettiva della biblioteca che i best-seller delle grandi case editrici sono affiancati dai titoli dei piccoli editori, in una prospettiva che tiene conto della contemporaneità delle proposte del mercato ma anche dei tempi più lunghi di un inestimabile patrimonio di informazioni custodito in molti libri che non hanno avuto e forse non avranno mai il privilegio di una ristampa. Come sottolinea Michel Melot,

la biblioteca è quel luogo indispensabile di vita dove il sapere decanta. [...] Evidentemente ciò non fa sempre l'interesse degli editori, che vorrebbero la loro produzione scorrere in modo sempre più veloce, sempre più abbondante, e che considerano le biblioteche come concorrenti sleali perché offrono ai lettori libri che non producono alcun giro d'affari e talvolta non hanno nemmeno più un prezzo¹⁹.

Un secondo punto che merita considerazione è il rapporto tra la biblioteca e il territorio. Come ricorda il *Manifesto Unesco*, fra gli obiettivi della biblioteca pubblica vi sono la protezione delle diversità culturali e la fornitura di servizi d'informazione adeguati alle imprese, alle associazioni e ai gruppi di interesse locali. Si può credere che il *bookshop model* possa essere sensibile a queste esigenze? Impronotato sul modello delle grandi catene di distribuzione dell'informazione, è verosimile pensare che siano ben altri i criteri di scelta e di organizzazione dei materiali da mettere a disposizione del pubblico: ciò a cui pensa il mercato globale è la

17 David McMenemy, *Telling a true story or making it up. Discourse on the effectiveness of the bookshop model for public libraries*, «Library Review», 58 (2009), n. 1, p. 9.

18 Alfredo Serrai, *Guida alla biblioteconomia*, Firenze: Sansoni, 1983, p. 17.

19 Michel Melot, *La saggezza del bibliotecario*, Milano: Sylvestre Bonnard, 2005, p. 6.

possibilità di servire un pubblico di clienti uniforme ed omogeneo, cercando di modellare una massa di consumatori il più possibile sganciata dai vincoli kantiani dello spazio e del tempo²⁰. Il modello pubblico deve invece occuparsi delle specifiche caratteristiche del territorio, perché il ruolo delle biblioteche, il senso della loro esistenza, si pone oltre il livello delle necessità individuali per guardare alla propria comunità di riferimento:

l'objectif de la collection n'est pas tant de répondre à chacun des individus du public, que d'être la mémoire active et prospective de la collectivité, et, dans ce schéma, l'objet de la bibliothèque est de faire entrer la collection en résonance avec la collectivité, dans un projet plus vaste d'échanges multipliés entre le savoir et la communauté. Ce caractère collectif apparaît également par la variété des agents qui, ensemble, font vivre et agir la bibliothèque²¹.

Infine, terzo elemento significativo, la biblioteca pubblica ha un carattere differente rispetto al *bookshop model* proprio in quanto “pubblica”. Ci si perdoni l'apparente tautologia, ma la questione è fondamentale. Per riprendere le considerazioni iniziali di Luigi Crocetti, nessuno nega che un servizio pubblico possa essere gestito – spesso con risultati eccellenti – da un privato, sta di fatto che il legislatore italiano ha voluto che le biblioteche pubbliche di ente locale (cioè quelle più vicine alla comunità e al territorio) fossero comprese dalla legge 142/90 fra i servizi sociali senza rilevanza imprenditoriale e perciò, in quanto tali, gestibili unicamente in economia o a mezzo di apposita istituzione. In altri termini l'identità della biblioteca pubblica, così come delineata dalla storia e dalla tradizione, è l'elemento ispiratore della legislazione bibliotecaria vigente nel nostro Paese. Ed è proprio grazie a questa distanza rimarcata dal legislatore rispetto alle finalità commerciali che le biblioteche pubbliche possono godere di una posizione privilegiata nei confronti, per esempio, della normativa sul diritto d'autore in virtù delle loro specifiche finalità di promozione culturale e di luoghi ove si esercita il diritto del cittadino allo studio e alla ricerca di informazioni. Però, secondo quanto afferma Sergio Dogliani, «la gente non è più attratta dall'immagine tradizionale della biblioteca, perché “sa” di servizio comunale»²². A parte il fatto che forse bisognerebbe limitare questa apodittica affermazione circostanziando caso per caso (è proprio vero che, per esempio nel nostro Paese, tutti i servizi comunali sono visti dalla popolazione alla luce di quella scandalosa inefficienza denunciata dal ministro Brunetta?), bisogna riconoscere come l'immagine della biblioteca possa certamente trarre giovamento mutuando alcune formule dal privato ma solo quando l'operazione sia condotta in modo critico e nel rispetto delle specificità dell'istituto pubblico. Trovare il giusto equilibrio non è un'impresa facile. Anzi, forse qualcuno nemmeno lo auspica questo equilibrio, sollecitando uno spostamento dell'ago della bilancia verso una dimensione biblioteconomica sempre più privatistica. Certo, ognuno è libero di formulare le proprie opinioni in merito, ma la posizione ufficiale assunta dallo European Bureau of Library, Information and Documentation Associations (EBLIDA) è molto chiara:

20 Per un approfondimento su questo aspetto mi permetto di rinviare il lettore al mio *Biblioteca e identità: per una filosofia della biblioteconomia*, Milano: Editrice Bibliografica, 2008, p. 71 e segg.

21 Bertrand Calenge, *Peut-on définir la bibliothéconomie?*, «BBF», 43 (1998), n. 2, p. 11, <<http://bbf.enssib.fr/sdx/BBF/pdf/bbf-1998-2/04-calenge.pdf>>.

22 Antonella Agnoli, *Nuovi progetti per nuovi spazi* cit., p. 8.

EBLIDA believes that publicly-funded libraries and archives with a long historical tradition in society can adapt and prosper in response to changing needs and business models in society [...]. But we firmly believe that this can only happen as part of a policy based on public funding where criteria such as the preservation of our cultural heritage, the public interest in access to information and the notion of a community-based library serving the needs of the local population, take priority over profit margins. We believe these functions are compromised if they are subject to general competition in the information marketplace²³.

Gli Idea Store sono pubblici, è bene ribadirlo. Ed è per questo che il loro modello è interessante: perché impone l'obbligo di un'interpretazione attenta di come dev'essere inteso il rapporto tra la loro funzione pubblica e la loro aderenza, per ora solo dal punto di vista dell'immagine, a un modello commerciale. Per ora, appunto. Sono da escludere in futuro presenze più profonde e strutturali di interessi da parte del privato? Crediamo di no. E crediamo anche che esse non sempre possano rivelarsi idonee con l'esigenza di fornire al cittadino un servizio equo, indipendente e slegato da logiche di profitto²⁴. Anche chi non intenda sottoscrivere l'apocalittica posizione di Michael Gorman – «the private model is fatal to public services»²⁵ – dovrebbe comunque valutare criticamente come il progressivo ingresso del privato nelle forme di gestione dei servizi bibliotecari pubblici possa sollevare notevoli questioni che spaziano dalla natura dei contratti di lavoro dei dipendenti, alla fornitura di beni strumentali, alle scelte in ordine alle attività da erogare e tariffare²⁶. E anche per quanto attiene allo spazio virtuale delle biblioteche, e cioè alla loro dimensione telematica, bisognerebbe forse prestare una maggiore attenzione alle forme attraverso le quali la struttura pubblica cerca di aumentare la propria visibilità. Ci riferiamo in particolare ad alcuni fra i servizi più diffusi del Web 2.0 che, nella loro natura di "dot.com", ovvero di imprese commerciali volte a realizzare profitti economici, inseriscono clausole vincolanti per l'utente all'interno di quei contratti d'uso che normalmente vengono accettati senza essere nemmeno letti all'atto dell'iscrizione al servizio. Per esempio, quando si decide di promuovere la propria biblioteca su Anobii, si è riflettuto sul fatto che i libri presentati e commentati sono anche proposti ai lettori in vendita tramite Amazon o IBS? O quando si iscrive una biblioteca pubblica a Facebook si è a conoscenza del fatto che il gestore del servizio si riserva non solo di eseguire copie dei materiali che noi inseriamo, ma anche di pubblicizzarli, modificarli, tradurli, distribuirli anche a fini

23 EBLIDA statement on the WTO GATS negotiations. *Libraries and trade in services*, The Hague, November 2002, p. 2, <<http://www.eblida.org/uploads/eblida/10/1167686768.pdf>>.

24 Cfr. Frank Webster, *Public libraries in the information age*, London: London School of Economics, 1999, <<http://www.librarylondon.org/localgroups/camden/pdfdocs/Webster.pdf>>.

25 Jessica Winter, *Branching out: welcome to the Idea Store, London's answer to the fusty old public library - and maybe America's too*, «The Boston Globe», 30 aprile 2006, <http://www.boston.com/news/globe/ideas/articles/2006/04/30/branching_out/>.

26 Per chi voglia approfondire l'argomento in un'ottica internazionale rimandiamo il lettore a un articolato studio di Ruth Rikowski, *Globalisation, information and libraries: the implications of the World trade organisations Gats and Trips agreements*, Oxford: Chandos, 2005.

commerciali²⁷? Siamo di fronte a una vera e propria cessione di diritti dal pubblico al privato che, tramite pochi click, spesso inconsapevoli ma comunque incauti, solleva tutta una serie di questioni legali di non poco conto, come evidenziato da Elvira Berlingieri nella sua recente monografia sul tema²⁸.

Da tutto ciò discende un modello di biblioteca ammuffito e stantio, del tutto antitetico rispetto a quello proposto dagli Idea Store? La risposta è no. Il modello pubblico ha ovviamente margini di flessibilità nei confronti di altre funzioni, di altri linguaggi, di altri servizi. Detto margine non è però illimitato, a rischio di appiattare il pubblico sul privato perdendo quelle specificità che invece, come abbiamo visto, continuano a contraddistinguerlo. Il problema è capire ove si pone il punto di non ritorno.

Sembrava tramontato il modello di biblioteca come centro culturale polivalente tanto in voga negli anni Settanta in considerazione dei vantaggi offerti da una maggiore specializzazione delle funzioni che ogni istituto poteva offrire. Ora, flussi e reflussi, si torna alla piazza unica. È un progresso? Certo è che in trent'anni il mondo è cambiato radicalmente: da quell'esperienza di difficoltosa convivenza di servizi diversi, spesso antitetici, in un'unica struttura abbiamo ereditato la convinzione che la biblioteca possa senz'altro essere un luogo di incontro. E che così possa configurarsi anche in futuro cercando però di assolvere in primo luogo ai compiti per i quali specificamente è stata istituita. Per questo motivo, in accordo con Ridi, non riteniamo auspicabile pensare alla biblioteca prossima ventura come a un'agenzia *monstre*, buona per rispondere a tutte le esigenze di chi vive nella società dell'informazione²⁹, sia per motivi di fattibilità pratica, sia per

27 «When you post User Content to the Site, you authorize and direct us to make such copies thereof as we deem necessary in order to facilitate the posting and storage of the User Content on the Site. By posting User Content to any part of the Site, you automatically grant, and you represent and warrant that you have the right to grant, to the Company an irrevocable, perpetual, non-exclusive, transferable, fully paid, worldwide license (with the right to sublicense) to use, copy, publicly perform, publicly display, reformat, translate, excerpt (in whole or in part) and distribute such User Content for any purpose, commercial, advertising, or otherwise, on or in connection with the Site or the promotion thereof, to prepare derivative works of, or incorporate into other works, such User Content, and to grant and authorize sublicenses of the foregoing. You may remove your User Content from the Site at any time. If you choose to remove your User Content, the license granted above will automatically expire, however you acknowledge that the Company may retain archived copies of your User Content. Facebook does not assert any ownership over your User Content; rather, as between us and you, subject to the rights granted to us in these Terms, you retain full ownership of all of your User Content and any intellectual property rights or other proprietary rights associated with your User Content», *Facebook. Terms of use*, Date of Last Revision: September 23, 2008, <http://it-it.facebook.com/terms.php?locale=en_US>.

28 Elvira Berlingieri, *Legge 2.0: il Web tra legislazione e giurisprudenza*, Milano: Apogeo, 2008, si veda in particolare il capitolo 3, "I soggetti che erogano i servizi del Web 2.0".

29 «Sono piuttosto convinto dell'inverso, ovvero che solo puntando con decisione sulle sue caratteristiche più peculiari, senza rincorrere a casaccio le cento mode del momento e i mille modi impropri e dispersivi con cui si potrebbero soddisfare (o addirittura indurre) i più bizzarri desideri dell'utenza, la biblioteca possa candidarsi ad assumere un ruolo, se non da leader, almeno da pari fra le altre agenzie del settore», Riccardo Ridi, *Sulla natura e il futuro della biblioteca pubblica: lettera aperta a Claudio Leombroni*, «Bollettino AIB», 46 (2006), n. 1/2, p. 88-89.

motivi di ordine culturale: come ha scritto Piero Innocenti, «non credo che una biblioteca *debba* rispondere a tutto ciò che le si affaccia sul portone»³⁰.

È troppo facile l'equazione che porta, date le premesse di questo discorso, alla conclusione che il modello pubblico significhi portare avanti l'idea di biblioteche brutte e/o poco frequentate. Se esse esistono, e certamente esistono, ciò è dovuto a una interpretazione del modello pubblico, una cattiva interpretazione evidentemente. Ma certamente non l'unica possibile. La controprova è data da molte biblioteche pubbliche italiane – tutti sanno di cosa stiamo parlando e dove esse siano, senza bisogno di far nomi rischiando di far torto a qualcuno – che in ottemperanza alle leggi e ai regolamenti esistenti, in continuità con una tradizione biblioteconomica centenaria, forniscono ai propri utenti servizi di elevata qualità. Biblioteche che non soffrono di sottopopolamento ma che risultano appetibili e appetite. Merito anche di una strategia di marketing – nessuno nega che ci sia molto da imparare dal mercato sotto questo aspetto – che spieghi all'utente cosa la biblioteca è, cosa fa e come la si utilizza, lasciandolo libero e consapevole di usufruire o no di questo servizio.

Quando si citano le cifre relative alla scarsa frequentazione delle biblioteche italiane troppo sovente si dimentica che nel nostro Paese oltre due milioni di adulti sono analfabeti, quindici sono semianalfabeti e altri quindici sono a rischio; di conseguenza, come evidenzia Tullio De Mauro, «se non ci sono biblioteche, non si sa che potrebbero e dovrebbero esserci. Non sapendo questo nessuno spinge per avere biblioteche. E quindi si degenera in una situazione di arretratezza collettiva»³¹. Non imputiamo dunque solo alla scarsità di biblioteche pubbliche o all'insufficienza della loro immagine e dei loro servizi la situazione drammatica del tormentato rapporto tra gli italiani e la lettura. Questo sia detto non per cercare facili alibi a gestioni bibliotecarie scarse e trascurate ma perché la questione è molto più complessa e coinvolge la scuola in ogni ordine e grado, il comparto dell'editoria e dunque, in ultima istanza, una politica culturale complessiva del sistema Italia, come dichiarato più volte a chiare lettere dall'AIB³².

30 Piero Innocenti, *Metodi e tecniche nella ricerca bibliografica: trilogia di Mary Poppins*, Manziana: Vecchiarelli, 1999, p. 6-7.

31 Tullio De Mauro, *La cultura degli italiani*, a cura di Francesco Ermani, Roma-Bari: Laterza, 2004, p. 31 (i dati citati sull'analfabetismo in Italia sono forniti dallo stesso De Mauro a p. 23 del volume).

32 Si veda, ad esempio, il «manifesto-appello» del 2004: *La lettura un' emergenza nazionale*, <<http://www.aib.it/aib/congr/c51/letturam.htm>>.