

Social media e biblioteche

Intervista di Sara Ammenti a Elena Tonini¹

I social network hanno un ruolo sempre più importante per le biblioteche. Impossibile ormai pensare di poter trascurare questi potenti mezzi di comunicazione sia per pubblicizzare gli eventi organizzati dalle biblioteche stesse, sia per condividere informazioni relative a servizi offerti e ultimi arrivi.

Un'infografica realizzata di recente da TechSoup, con un sondaggio proposto a oltre 300 biblioteche degli Stati Uniti, dimostra che il 44% delle biblioteche condivide ogni giorno contenuti su Facebook, il 25% lo fa su Twitter, mentre Instagram è il terzo canale sul podio dei più assiduamente aggiornati, seppure in continua ascesa. Più della metà delle biblioteche censite (56%) spende meno di 5 ore settimanali sui social media, il 28% dalle 6 alle 10 ore, con punte di 31-40 ore per il 2% del campione.

In che direzione quindi sta andando la professione del bibliotecario? A parlarcene è Elena Tonini, una bibliotecaria e catalogatrice della provincia di Firenze, che si è occupata anche di recente, per «Bibelot», dell'utilizzo dei social come mezzi di comunicazione per le biblioteche.

Elena perché è così importante per un bibliotecario oggi dare la giusta attenzione a questi strumenti di comunicazione?

Come ho avuto modo di spiegare nel mio articolo su *Bibelot*, penso che oggi la conoscenza dei social network e delle loro potenzialità sia assolutamente indispensabile per la professione bibliotecaria, perché attraverso l'utilizzo di queste piattaforme vi sono

¹ L'intervista è stata pubblicata nel blog di Sara Ammenti (profilo instagram @sara.nei.libri) bibliotecaria presso la Biblioteca del Centro Studi Americani di Roma (<<https://centrostudiamericani.org/biblioteca-e-archivio/>>) autrice del blog <<https://www.thelibrarianblog-saraamenti.com/>>

delle possibilità impensabili fino a qualche tempo fa. Infatti, per una biblioteca avere un profilo social significa poter raggiungere la parte di pubblico che normalmente non utilizza i servizi bibliotecari o che proprio non li conosce; significa rendere la biblioteca aggiornata, al passo con i tempi; significa offrire la possibilità di costruire una forma di interazione immediata con la propria comunità, di rafforzarla e, non ultimo, di conoscere altre realtà bibliotecarie.

Quale social, secondo te, si adatta meglio alle esigenze di biblioteca e perché?

Io credo che Instagram in questo momento (e sottolineo in questo momento: quando si parla di social network la realtà è in continua evoluzione!) sia il social che meglio riesce ad esprimere il potenziale della biblioteca e che consente di arrivare a diverse fasce di possibili nuovi utenti. Instagram mette in contatto le persone che si conoscono, ma riesce con una facilità maggiore a far incontrare anche persone e realtà che non si conoscono, soprattutto grazie alla ricerca per hashtag, modalità che aiuta a seguire intere categorie di argomenti. Inoltre una foto spesso, vale più di mille parole: i nuovi acquisti, una perla rara posseduta solo dalla nostra biblioteca, i bibliotecari che ci lavorano...i filtri e le modalità di modifica dell'immagine offerte da Instagram aiutano a creare immagini di grande effetto! Per non parlare delle potenzialità offerte dai tantissimi effetti presenti nelle *stories*: storytelling allo stato puro!

Tuttavia per le biblioteche che si affacciano per la prima volta al mondo dei social, una pagina Facebook aggiornata, con orari, eventi (per adesso quasi solo online! Sigh!) e novità in tempo reale è indispensabile, perciò se si deve partire con un solo social, meglio farlo con Facebook.

Ci sono dei punti di riferimento ai quali un bibliotecario-social media manager alle prime armi può ispirarsi per il proprio lavoro?

Nel migliore dei mondi possibili, una biblioteca dovrebbe avere una pianificazione strategica per la redazione delle pagine social, un piano editoriale, una strategia di comunicazione e personale formato. Sappiamo però che questo, almeno nella realtà italiana, è per la maggior parte inattuabile, e che i profili social delle nostre biblioteche sono spesso gestiti da bibliotecari e bibliotecarie dotati di buona volontà e passione

personale che si occupano di fare questo. Io sono una di loro, e nella mia esperienza i punti di riferimento sono stati lo “studio” fatto sui profili di biblioteche sui social da più tempo (prime fra tutte, le nostre colleghe americane come la New York Public Library e la Library of Congress) e alcuni testi *ad hoc* sull’argomento come per esempio quello di Anna Busa *Come fare marketing digitale in biblioteca* o *La biblioteca diventa social* di Cristina Bambini e Tatiana Wakefield. L'imperativo categorico è: essere sempre aggiornati!

Facci un decalogo delle regole che ritieni fondamentali per la buona riuscita di una pagina social per la nostra biblioteca.

1. Come dicevo, se la biblioteca non ha molto tempo e risorse da investire nelle piattaforme social, è meglio aprire un solo profilo, in questo caso iscrivendosi a Facebook, e tenerlo aggiornato, piuttosto che cercare di essere su più piattaforme in contemporanea, ma con profili poco curati.
2. Lavorare in gruppo. Gestire individualmente le pagine social di una biblioteca è sconsigliato: può diventare un lavoro davvero pesante e dai risultati discutibili, perché si rischia di dare un impianto troppo personalizzato.
3. Essere chiari. Sarebbe meglio optare per una comunicazione priva di tecnicismi e di termini oscuri: il nostro scopo è proprio quello di renderci accessibili a tutti, anche a chi non ha praticamente mai sentito parlare della biblioteca!
4. Tolleranza zero contro le fake news. Siamo bibliotecari, professionisti dell’informazione. Usiamo le nostre conoscenze e la nostra autorevolezza per contrastare la piaga delle fake news che imperversa proprio sui social. Come? Tornando a ripetere di tanto in tanto a chi ci segue cosa deve fare per distinguere una notizia vera da una falsa.
5. Dare visibilità ai vostri follower. Un commento carino, un apprezzamento, una domanda interessante, un post curioso: tutto questo può diventare condivisibile, previa autorizzazione dell’autore del post.
6. *Adelante, con juicio.* Anche noi, come il cocchiere del gran cancelliere spagnolo di manzoniana memoria, dobbiamo “avanzare giudiziosamente” nella folla dei social network. Postiamo contenuti di qualità e verificati, aggiorniamo le pagine, ma cerchiamo di non farci cogliere da un iniziale entusiasmo che potrebbe portarci a postare massicciamente

contenuti ripetitivi. Cerchiamo piuttosto di rispettare un calendario: non è opportuno postare in un giorno tre volte e poi magari più nulla per tutta la settimana

7. Trovare i punti di forza. Ciascuna biblioteca ha una propria *mission*, una vocazione o un punto di forza che, come ogni individuo, la rende unica e irripetibile: non fosse altro che per il personale che ci lavora! Dunque, troviamo questi punti e facciamo leva su di essi, pubblicizzandoli e raccontandoli.

8. Rispondere sempre ai messaggi. È fondamentale essere puntuali nel rispondere con immediatezza alle domande degli utenti e di chi ci segue inviate tramite social, proprio per sfruttare al massimo uno dei punti di forza di questi strumenti.

9. Imparare a conoscere il nostro pubblico. Via via che passa il tempo è essenziale capire che tipo di pubblico è il nostro, per poter offrire contenuti sempre più mirati.

10. *Enjoy your job*. Quando una pagina social è gestita con entusiasmo si percepisce e diventa più coinvolgente. Cerchiamo di appassionare il nostro pubblico, di postare contenuti accattivanti, utilizzando tutte le varie possibilità che i diversi social ci offrono. Liberiamo la fantasia e divertiamoci!

Sara Ammenti
Biblioteca Centrostudi Americani, Roma
s.amenti@centrostudiamericani.org

Elena Tonini
Biblioteca Tiziano Terzani, Campi Bisenzio (Firenze)
elenatonini2@virgilio.it