

## Il digitale: un futuro tutto da scrivere

Elena Tonini

Sono state molte in questi ultimi mesi le testate giornalistiche – anche a livello nazionale – che hanno parlato di *boom* delle biblioteche: prestiti di ebook alle stelle, il servizio MLOL preso quasi d’assalto che ha registrato numeri da capogiro, nuove iscrizioni, un rinnovato interesse nei confronti delle iniziative promosse on line. “Il rilancio delle biblioteche durante la pandemia”<sup>1</sup>, titolava *Artribune* il 5 maggio scorso; “La rivincita delle biblioteche digitali”<sup>2</sup>, Repubblica del 27 aprile, che rilanciava il 6 giugno con un nuovo articolo “Raddoppiate le iscrizioni in biblioteca: tutti contagiati dalla lettura”<sup>3</sup>. Per non parlare del fatto che, inserendo nella ricerca di Google le parole ‘boom’ e ‘biblioteca’, vengono fuori una lunga sequela di articoli dalle edizioni dei quotidiani locali più disparati d’Italia. Ma alla fine, dunque, che cosa ha comportato questa riscoperta dei servizi bibliotecari? Una volta placato l’entusiasmo iniziale, è lecito parlare di impatto duraturo? È ragionevole pensare che questo neonato interesse vada oltre il periodo di reclusione forzata?

È vero che i servizi come MediaLibraryOnLine hanno avuto un’impennata di richieste di iscrizioni, anzi una vera e propria esplosione con numeri da capogiro più che raddoppiati rispetto agli stessi mesi dell’anno scorso ma questo, se definirlo prevedibile è forse eccessivo, di sicuro a una più attenta analisi non può stupire più di tanto: con più tempo a disposizione per navigare on line, grazie anche alla “solidarietà digitale”<sup>4</sup> e alla diffusione sui social, le persone chiuse in casa hanno scoperto e imparato a usare un servizio che in quel momento è stato loro molto utile, tanto più essendo gratuito.

Sarà forse opportuno continuare a monitorare se i numeri dei fruitori del servizio di biblioteca digitale continueranno a salire anche una volta tornati alla normalità.

Tuttavia risulta evidente che in questi mesi c’è stato da parte delle biblioteche un discreto impegno sul fronte del potenziamento delle pagine web e social. Si è già ampiamente parlato delle varie iniziative che hanno promosso negli ultimi mesi soprattutto per cercare di rimanere in contatto con i propri utenti. Quello che ci interessa capire adesso è se tutti questi sforzi abbiano prodotto un risultato concreto in termini di nuove affiliazioni e di

1 <https://www.artribune.com/arti-visive/2020/05/riilancio-biblioteche-pandemia/>

2 [https://rep.repubblica.it/pwa/robinson/2020/04/15/news/volano\\_le\\_biblioteche\\_digitali\\_boom\\_di\\_prestiti\\_ebook-254112836/](https://rep.repubblica.it/pwa/robinson/2020/04/15/news/volano_le_biblioteche_digitali_boom_di_prestiti_ebook-254112836/)

3 [https://rep.repubblica.it/pwa/generale/2020/06/06/news/biblioteche\\_e\\_libri\\_chiesti\\_in\\_prestiti-258591537/](https://rep.repubblica.it/pwa/generale/2020/06/06/news/biblioteche_e_libri_chiesti_in_prestiti-258591537/)

4 <https://solidarietadigitale.agid.gov.it/#/>

nuova utenza, così tanto da far parlare di 'rinascita', come molti giornali hanno scritto, e se questo risultato sia andato oltre all'impennata delle iscrizioni alla biblioteca digitale.

La situazione toscana

Per fare questo abbiamo chiesto a un campione di biblioteche toscane di medie e piccole dimensioni di rispondere a qualche semplice domanda.

Per prima cosa è stato domandato se durante la chiusura si fosse riscontrato un interesse nuovo e inaspettato da parte di utenza che prima non conosceva e non utilizzava i servizi bibliotecari; in secondo luogo abbiamo chiesto quali fossero stati i servizi in remoto più apprezzati. Infine, l'ultimo quesito riguardava la gestione dello *smart working*, qualora questo fosse stato attivato.

Il periodo faticoso e concitato in cui è stato proposto il questionario ha fatto sì che purtroppo molte biblioteche non abbiano trovato tempo e modo per rispondere. Perciò va sottolineato che quello che siamo riusciti a ottenere è una limitata panoramica della situazione e che anche da questa fotografia parziale emerge comunque un'ulteriore eterogeneità dovuta alle differenze nelle biblioteche, in merito alla gestione dell'emergenza e in modo particolare riguardo allo *smart working* e alle sue modalità di esecuzione.

Fatta questa doverosa precisazione, da un esame preliminare delle risposte pervenute sono emersi con decisione subito due aspetti: i bibliotecari che hanno risposto al questionario hanno confermato il successo della biblioteca digitale ma non si sono dimostrati particolarmente stupiti dall'impennata delle iscrizioni. Gli utenti, trovandosi a casa con più tempo a disposizione, hanno semplicemente scoperto qualcosa che era stato lì sotto i loro occhi già da tempo ma che non avevano mai avuto occasione o necessità di esplorare. Le biblioteche, infatti, in questa particolare contingenza, in molti casi, hanno trovato il modo di far iscrivere gli utenti da casa (mentre normalmente per iscriversi al servizio MLOL era necessario recarsi in biblioteca) e anche questo ha contribuito certamente alla moltiplicazione dei nuovi accessi.

In secondo luogo più o meno tutti i colleghi che hanno risposto alle domande hanno confermato un interesse e un chiaro apprezzamento da parte dell'utenza delle varie iniziative promosse dai canali social. Molti si sono convinti dunque che investire tempo e risorse in questo ambito possa essere altamente proficuo a livello di immagine della biblioteca. È quanto ci racconta per esempio Chiara Lumini della Biblioteca di Scarperia: gli operatori hanno rilevato un incremento del 10% circa nell'interazione degli utenti con la pagina Facebook della biblioteca, con le iniziative promosse via social come letture ad alta

voce e laboratori, che hanno avuto un gran successo, tanto da far pensare a investire una fetta delle risorse economiche della biblioteca nell'organizzazione di eventi in rete.

Fa eco a Scarperia la biblioteca di Pontassieve: anche la bibliotecaria Valentina Primerano ci conferma di aver riscontrato un aumento di nuovi utenti grazie all'attività sulla pagina Facebook. La stessa cosa è accaduta alla biblioteca di Borgo San Lorenzo. Da segnalare, per quanto riguarda le biblioteche del Mugello poi, l'attivazione dello *smart working* che è stato reso possibile anche per tutti i bibliotecari dipendenti della cooperativa, pur se ciascuno con modalità differenti.

Le biblioteche comunali fiorentine, il cui personale esternalizzato ha vissuto e sta vivendo momenti molto difficili a causa del mancato rientro in servizio prima, e dell'imminente scadenza del contratto di appalto del servizio, ci raccontano anch'esse, attraverso una risposta collettiva attraverso la voce di Sara Lozzi, di aver puntato molto sul potenziamento dei social network e sulla redazione di un piano editoriale attento alla situazione emergenziale. "Analizzando i social, se in un primo momento (dalla chiusura a metà/fine aprile) hanno avuto successo sia post con letture e attività per bambini sia post con proposte di lettura, ascolto e visione che la rete proponeva gratuitamente, in un secondo momento (direi verso la fine di aprile) questo interesse è scemato". Il calo di interesse è stato imputato a un'eccessiva disponibilità di video sul web ma, conclude Lozzi. "Abbiamo notato in generale una crescita delle persone che seguono le nostre pagine Facebook, in particolare quella delle Biblioteche comunali fiorentine che è cresciuta di circa il 10% di *follower*".

Stessa situazione per La Smilea di Montale, piccola biblioteca in provincia di Pistoia. Giulia Mazzotti ci racconta che molti utenti abituali hanno chiesto le credenziali per utilizzare MLOL, e anche che gli sforzi profusi nella cura della pagina social hanno dato i loro frutti. In questo caso lo *smart working* è stato possibile solo per i dipendenti del Comune, essendo scaduto il contratto di servizio con la cooperativa. La biblioteca Tiziano Terzani di Campi Bisenzio ha ricevuto un buon consenso per le video recensioni dei lettori e un discreto incremento delle interazioni con le proprie pagine Facebook e Instagram.

### **Concludendo**

È fuori di dubbio, quindi, che per quelle biblioteche che hanno risposto al nostro breve questionario il periodo di chiusura sia stato un momento di riformulazione e ripensamento dei servizi, non tanto e non solo per il prestito digitale, di cui il pubblico è venuto a conoscenza anche attraverso altri canali, ma soprattutto per la volontà dei bibliotecari di

investire tempo e cura nelle pagine social e per aver capito l'enorme potenziale di questo canale comunicativo. Ma cosa ne sarà di questo impegno profuso da molti colleghi per potenziare il settore digitale (settore che nella normale gestione della vita bibliotecaria è spesso negletto quando non del tutto assente) non è dato sapere. Quel che appare certo è che se non ci sarà un momento di profondo ripensamento dei servizi e una messa a frutto delle nuove strategie digitali sperimentate anche con successo, le nostre biblioteche avranno perso una buona occasione di crescita.

Nel settore digitale un ampio spazio di discussione dovrebbe averlo l'accesso alle risorse, che è prevalentemente patrimonio delle biblioteche accademiche e non è libero ma su questo ci riserviamo una riflessione a parte.

Come dice Anna Busa nel suo utilissimo libretto *Come fare marketing digitale in biblioteca*<sup>5</sup>, pur

“[...] Con la profonda consapevolezza che la biblioteca non è un centro commerciale, i suoi utenti non sono clienti e i suoi servizi non sono prodotti in vendita sugli scaffali [...]” gli effetti delle strategie di marketing applicate alla cultura “[...]facilitano l'incontro fisico con la biblioteca. Accogliere in rete i nostri utenti, infatti, vuol dire cogliere l'occasione per invitarli in biblioteca, riceverli nelle sale e accompagnarli alla scoperta di quanto c'è di straordinario per ciascuno di loro.”

Elena Tonini

Bibliotecaria e documentalista, Biblioteca TizianoTerzani, Campi Bisenzio (Firenze)  
[elenatonini2@virgilio.it](mailto:elenatonini2@virgilio.it)

---

<sup>5</sup> Anna Busa, *Come fare marketing digitale in biblioteca*, Editrice Bibliografica, 2019, pp. 10-11