

Comunicare la biblioteca nell'era digitale

Barbara Fiorentini

Biblioteca dell'Università Cattolica,
sede di Piacenza
barbara.fiorentini@unicatt.it

Criteria, strumenti ed esempi virtuosi

Comunicare nell'era digitale è una sfida fondamentale per la biblioteca di oggi ma soprattutto di domani. E la sfida si gioca soprattutto sul fronte delle nuove tecnologie, quelle del web 2.0.

Il contesto sociale e professionale in cui opera la biblioteca è intessuto di tecnologia, quindi è necessario identificare le caratteristiche di una nuova cultura del comunicare in biblioteca. In particolare oggi è necessario familiarizzare con gli strumenti del cosiddetto web 2.0. Si tratta dei mezzi più appropriati in materia di comunicazione, di interazione, di relazione e di condivisione. È quindi indispensabile "rileggere" questi strumenti in un'ottica

particolare: come mezzi per comunicare la biblioteca e per comunicare in biblioteca. Essi si possono rivelare la carta vincente per migliorare la comunicazione all'interno della biblioteca, tra i bibliotecari stessi. Ma soprattutto sono un mezzo per avvicinare gli utenti, sempre più abituati a servirsi del web per lavoro e per diletto.

Gli esempi virtuosi di biblioteche nel mondo che hanno compreso il potenziale del web 2.0 sono considerevoli. Cercheremo di analizzare alcuni esempi, ma soprattutto come è possibile, per una biblioteca che parte da zero, arrivare a determinare una propria strategia personalizzata in tema di "comunicazione 2.0".

Comunicare la biblioteca, comunicare in biblioteca

La biblioteca comunica. Tutto il lavoro svolto da una biblioteca ruota attorno alla comunicazione. Comunicano i bibliotecari tra di loro, con i vari strumenti messi a loro disposizione dalla struttura o attraverso mezzi che essi stessi predispongono per migliorare lo scambio di informazioni. La biblioteca comunica un'immagine di sé attraverso gli arredi, l'organizzazione degli spazi, la pulizia degli ambienti, la segnaletica di localizzazione dei servizi.

Una buona comunicazione contribuisce a costruire una buona reputazione della biblioteca

Ma soprattutto la biblioteca comunica verso l'esterno, cioè con l'utente e con chiunque entri in contatto con essa. L'utente è l'attore privilegiato a cui si deve indirizzare l'oggetto della comunicazione: i servizi della biblioteca sono dedicati soprattutto a lui.

Ma non dimentichiamo che la biblioteca è inserita anche in un contesto sociale con il quale interagisce e ha il diritto-dovere di curare l'immagine che le viene attribuita all'esterno. Il territorio in cui opera una biblioteca, pubblica e non, è un destinatario fondamentale per la comunicazione della biblioteca. È importante che la biblioteca (e i bibliotecari che si occupano di comunicazione) abbiano chiaro verso chi è indirizzata la comunicazione, al fine di meglio strutturare la strategia informativa.



Pagina Facebook della Library of Congress

Non è male puntualizzare che cosa significhi comunicare, perché ci aiuta anche a meglio comprendere come ottimizzare l'uso dei mezzi di comunicazione, soprattutto quelli basati sulle nuove tecnologie.

Comunicare comporta soprattutto ascolto, dialogo, relazione, conoscenza dei soggetti, degli oggetti e degli strumenti. Un lavoro complesso che prevede la necessità di una pianificazione del processo comunicativo e della consapevolezza che è indispensabile avere chiari i punti fondamentali: chi, cosa, dove, come e quando.

Tutto ciò può sembrare banale, ma oggi l'approssimazione è dietro l'angolo. Non bisogna cadere nella tentazione di pensare che basta la tecnologia per ottenere ottimi risultati. Il lavoro che sta a monte è di fondamentale importanza per un risultato di successo: raggiungere il target prefissato e comunicare effettivamente in modo efficace ed efficiente il contenuto desiderato.

I soggetti della comunicazione

Prima di tutto bisogna partire dall'identificazione dell'identità dei soggetti attivi coinvolti nel processo comunicativo della biblioteca. Sono i bibliotecari che comunicano, anche solamente con la loro presenza dietro una reception o attraverso una e-mail inviata ad un utente che richiede una semplice informazione di servizio. Vi possono essere poi figure predefinite *ad hoc* che si occupano di definire i rapporti verso l'esterno, ma anche quelli *ad intra*, per migliorare i processi comunicativi (e lavorativi) tra i bibliotecari stessi.

I destinatari principali della comunicazione *ad extra* sono gli utenti. Questa è una definizione che si presta a varie interpretazioni. Sono utenti coloro che sicuramente si servono, si sono serviti o si serviranno della biblioteca: pensiamo ad una biblioteca universitaria e gli stu-

enti o i docenti dell'ateneo, ad una biblioteca pubblica di paese e agli abitanti del paese stesso.

C'è poi tutto un territorio locale in cui la biblioteca è inserita e a cui la biblioteca si mette a disposizione. Infine, proprio perché parliamo di nuove tecnologie, dobbiamo assolutamente includere nell'utenza della biblioteca l'utenza della rete. Tutti coloro che possono avvicinare la biblioteca attraverso il web sono potenziali utenti della biblioteca stessa.

Quindi è fondamentale avere chiaro che cosa si vuole comunicare a queste categorie di utenti, quale immagine si vuole offrire dalla biblioteca, quali strumenti sono messi a disposizione per usufruire dei servizi della biblioteca.

La distinzione tra reale e virtuale è un elemento da tenere in considerazione. Da un lato esiste una biblioteca reale, presso cui l'utente può fisicamente recarsi e avere contatti diretti con i bibliotecari, guardandoli in faccia e parlando direttamente con loro. C'è poi un'identità virtuale della biblioteca: è il profilo che la biblioteca assume in rete, attraverso il proprio sito web, il proprio OPAC, il proprio profilo su Facebook o quant'altro.

Quale immagine vogliamo dare della nostra biblioteca? A quali servizi vogliamo fare accedere a distanza gli utenti? Quali sono le caratteristiche dei potenziali utenti che la biblioteca raggiunge via web? In base alle risposte a queste domande, la biblioteca deve definire una propria strategia comunicativa: quali e quante forze (umane ed economiche) mettere in campo, quali strumenti informatici utilizzare, a quali utenti indirizzarsi in modo particolare.

Non dimentichiamo che il coinvolgimento nell'ambito comunicativo è globale per tutti coloro che lavorano in una biblioteca. Più o meno direttamente, tutti i bibliotecari comunicano. Non solo chi si occupa di reference, ma ad esempio anche gli

amministrativi hanno relazioni verso l'esterno: editori, agenti, fornitori. Nei confronti di questi destinatari la biblioteca deve definire un proprio approccio comunicativo.

L'oggetto della comunicazione

Cosa vuole comunicare la biblioteca e che cosa può e deve comunicare attraverso il web e i suoi strumenti? La risposta a questa domanda è determinante. La biblioteca solitamente vuole prima di tutto offrire un'immagine positiva di sé: una struttura solida, che risponde alle esigenze dell'utenza, che è in grado di venire incontro alle esigenze anche dell'utente più ostico. I servizi: la biblioteca mette in mostra tutti i servizi che fornisce. Soprattutto il patrimonio è messo in primo piano e la disponibilità che ne viene data: libri, periodici ma soprattutto materiale digitale (ejournals e banche dati). Parlando di web, sono un valore aggiunto informazioni di reference che vanno ad arricchire le esigenze informative dell'utente e che vanno oltre la disponibilità di materiale della biblioteca stessa.

La biblioteca si mette poi in ascolto dell'utenza, per capire quali sono le esigenze che ancora non vengono soddisfatte e come è possibile migliorare i servizi che già vengono erogati.

Ma tutto questo come è possibile?

Gli strumenti della comunicazione

Per rispondere a questo interrogativo il web 2.0 dispone di strumenti già in larga misura adottati dalle biblioteche nel mondo.

Parliamo soprattutto di blog, forum, wiki, chat, podcast, social network. Sono tutti strumenti che permettono una comunicazione bidirezionale (biblioteca-utente, utente-biblioteca), a largo spettro (la biblioteca raggiunge persone geograficamente lontanissime che forse non visiteranno mai personalmente la



Il canale della Library of Congress su YouTube, dove si possono trovare video che riguardano le attività e le iniziative della biblioteca

struttura “reale”, ma si avvalgono solo di quella “virtuale”), in presa diretta (la e-mail non è stata del tutto superata, per esperienza posso affermare che molti utenti preferiscono avvicinarsi alla biblioteca con una missiva elettronica in cui sono sicuri di potersi esprimere con maggiore sicurezza; ciononostante molti sono ormai abituati ai ritmi incalzanti delle chat, di Facebook, dell’instant message: tutto e nel minor tempo possibile. La biblioteca deve adeguarsi anche a queste esigenze, sempre più diffuse).

L’importante è avere chiaro il senso che come ogni singolo strumento può essere usato da una biblioteca, per ottimizzare i risultati progettati. L’obiettivo è quello di creare un’identità online in grado di avviare una conversazione con la propria utenza di riferimento in modo tale da essere accreditati come autorevoli e affidabili.

Blog. In ambiente bibliotecario il dibattito sull’utilizzo dei blog è aperto. Il web è pieno di blog bibliotecari aperti e poi lasciati soli al proprio destino. La cura di un

blog richiede attenzione, impegno e un consistente investimento di risorse, soprattutto umane. Mantenere vivo è il lavoro più difficile e molte biblioteche hanno visto spengersi l’entusiasmo iniziale.

È importante rispondere ai commenti, tenere conto dei commenti e trarre spunto per ulteriori post e approfondimenti. Il blog è uno spazio “personale”, in cui la biblioteca si espone in modo particolare. Per questo motivo bisognerebbe curare attentamente il blog con post ampi, precisi, frequenti, ben argomentati, con link interessanti e con tutte le spiegazioni su come è possibile contattare direttamente la biblioteca in caso di bisogno. Leggere e rispondere ai commenti, per creare una rete con gli utenti: è l’unico modo per dare vita ad una conversazione (non in presa diretta ma pur sempre un dialogo), per rettificare o precisare i contenuti del post, trarre spunto per scrivere ulteriori post e sicuramente migliorare l’identità della biblioteca in rete.

I vantaggi di mantenere un blog

possono essere tanti: raccontarsi in modo diretto, aggiornare gli utenti in modo semplice e veloce, avviare un dialogo con gli utenti, ottenere un feedback dagli utenti, costruire una propria identità online. Ma non solo.

Il blog può anche essere uno strumento (soprattutto per le biblioteche che non hanno un proprio sito web) per veicolare altri mezzi di comunicazione quali video, podcast, chat, sondaggi, form on line e così via.

Un blog non è mai gratuito. Richiede design e programmazione, produzione di contenuti, moderazione e manutenzione, oltre ad un’attività quotidiana. Il budget resta comunque ridotto con potenzialità interessanti. Forse l’impegno costante richiesto ha provocato un vistoso calo di interesse per questo strumento da parte delle biblioteche.

Wiki. All’inizio era Wikipedia, che è rimasto il modello principale di riferimento per tutti i wiki. Vi sono wiki interni, che servono soprattutto ai bibliotecari per condividere informazioni. Ma anche wiki aperti a commenti da parte degli utenti. Un wiki è un ottimo strumento collaborativo, soprattutto interno ad una biblioteca. Le funzioni che assolve sono soprattutto quelle di formazione, di comunicazione interna, di knowledge management.

Creare un wiki in biblioteca è un progetto che richiede sicuramente competenza, manutenzione e risorse.

Forum. Può sembrare uno strumento non più attuale, ma in realtà in rete sono tante le comunità che mantengono i contatti proprio tramite questo strumento. Un forum deve essere ben popolato, sempre animato da uno o più amministratori e sempre tutelato da interventi su argomenti scomodi o scorretti.

I temi affrontati sono spesso molto tecnici e i partecipanti sono addetti ai lavori. Pensiamo ad esempio al MARC Forum della Library of

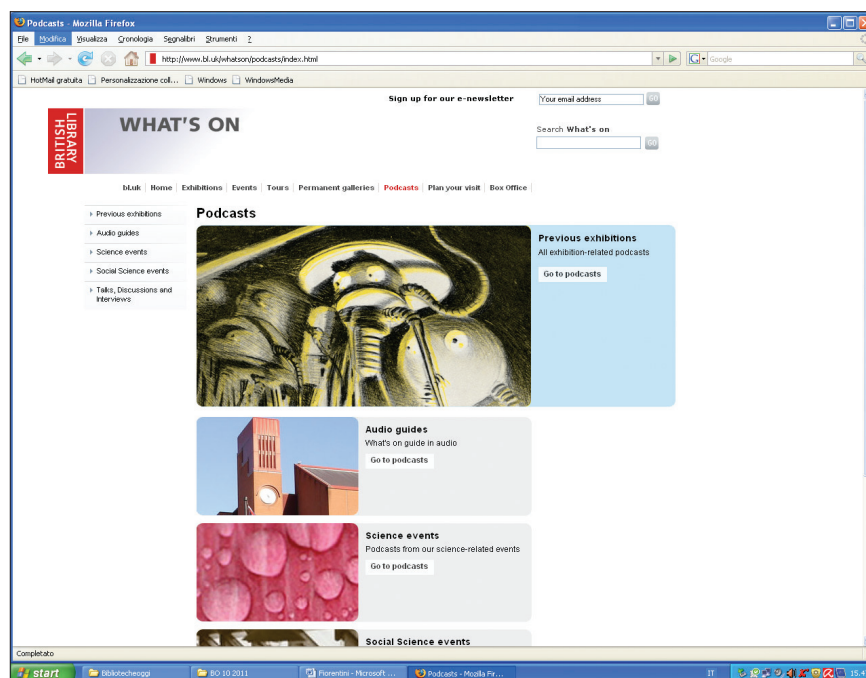
Congress, creato per discutere sui temi legati allo sviluppo del formato di catalogazione MARC 21. Certamente per una biblioteca è un mezzo che richiede molti sforzi di mantenimento e forse i risultati non sono quelli che vengono sperati all'inizio.

Podcast. Si tratta di un file audio collegato ad un feed RSS. Gli utenti possono abbonarsi ad un podcast e ricevere ogni nuova puntata sul proprio computer o iPod. Se la biblioteca ha un blog, per fare un podcast basta pubblicare dei file MP3, poi tutto è già predisposto. Si tratta di uno strumento accessorio a cui la biblioteca può affidare la comunicazione di contenuti particolari o novità che riguardano le attività della biblioteca stessa.

Chat. Sempre più biblioteche aggiungono tra i valori aggiunti ai propri servizi anche la chat. Certo, occorre impegno e prontezza di risposta da parte dei bibliotecari, ma rappresenta uno strumento che consente all'utente di accedere immediatamente ai servizi della biblioteca ed ottenere in brevissimo tempo le informazioni di cui necessita. Alcune biblioteche hanno integrato la funzione di chat nel proprio sito web, altre direttamente dall'OPAC. A livello di immagine, traspare una biblioteca agile, attenta, sempre ben presente, pronta a rispondere a qualsiasi quesito con la massima apertura. Sicuramente avere attivata una chat prevede che vi sia personale addetto che a fasce orarie prestabilite sia costantemente reperibile per rispondere in presa diretta a tutti i quesiti.

Alcune biblioteche hanno scelto Skype (come la Comunale di Empoli o la Laurenziana), per permettere ai propri utenti di chattare o anche solamente telefonare ai bibliotecari di una o più sezioni.

Social network. Vivono di interesse, pertinenza, rilevanza e partecipazione. Servono per suscitare interesse, per stimolare la partecipazione, per



La pagina "Podcasts" del sito web della British Library, con le registrazioni audio di eventi culturali organizzati dalla biblioteca

verificare la rilevanza e così riuscire a ottenere risultati soddisfacenti. Il più popolare è Facebook, anche per il mondo delle biblioteche. La parola d'ordine è interattività, con una bacheca ben aggiornata, piena di post frequenti e risposte puntuali ai commenti inviati dagli utenti. In questo modo la biblioteca "ci mette la faccia", ma è proprio esponendosi in prima linea che può guadagnarsi la fiducia dell'utenza.

Ma c'è anche Youtube, dove è possibile pubblicare video che illustrano la biblioteca, i propri locali, le novità, i servizi. Youtube è il canale televisivo più grande mai esistito, ma è ancora molto di più. Qui una biblioteca può, ad esempio, mostrare la nascita di un nuovo servizio, o ancora diffondere un proprio notiziario, dare voce ai bibliotecari, spiegare alcuni servizi in modo semplice e immediato, attraverso una sorta di guida in video. È un ottimo modo per costruirsi un'identità online.

SlideShare offre l'opportunità di proporre ad un vasto pubblico la produzione di presentazioni in Po-

werPoint che possono essere utili per l'utenza, ad esempio nel quadro del servizio di reference.

Flickr è invece una piattaforma dedicata alle foto e alle immagini. Può essere bene sfruttata per rappresentare una sorta di archivio condiviso della biblioteca vista attraverso le foto, attuali o d'epoca (come insegna, ad esempio, la Library of Congress).

QR code. Quick Response Code, cioè "codice a risposta veloce". Serve per trasmettere informazioni bidimensionali direttamente sui propri telefoni cellulari (molti modelli – come gli smartphone – possono ricorrere ad applicazioni atte a leggere questo codice). Un sistema molto utilizzato all'estero che sta prendendo piede anche nel nostro Paese. Un valore aggiunto per la biblioteca, che può abbinare, ad esempio, un QR code alla propria segnaletica per offrire maggiori dettagli all'utenza sui propri servizi e sul patrimonio, magari inserendo in questa sorta di codice a barre (che invece delle barre ha dei semplici quadratini) anche il link a risorse online.

Un serio problema nella diffusione di questo strumento può essere la mancanza di conoscenze sull'esistenza di applicazioni legate ai QR Code e sulle loro possibilità di utilizzo. Forse anche per questo le biblioteche (e non solo loro) in Italia e in Europa sono restie a introdurre questo strumento. La migliore applicazione potrebbe avvenire a livello di OPAC, se pensiamo che numerosi utenti usano il cellulare per fotografare le schermate a video del catalogo. In questo modo non è infrequente correre il record catalografico di un codice QR generato automaticamente che permetta il collegamento alla versione aggiornata di quel record. Così l'utente può usare il cellulare per visualizzare il record e avere un valido aiuto per ricercare fisicamente il libro.

In ogni caso è necessario un attento monitoraggio delle tendenze degli utenti in materia di tecnologie, per individuare se i nuovi sviluppi sono più o meno graditi e più o meno capillari. Questo aiuta i bibliotecari a capire se investire in queste tecnologie e secondo quali criteri.

I casi "virtuosi"

Vogliamo qui proporre alcune esperienze significative di biblioteche italiane e straniere che stanno adottando alcuni strumenti del web 2.0 per comunicare e che lo stanno facendo con successo e soddisfazione. Non possiamo non iniziare citando la Library of Congress (<http://www.loc.gov/index.html>) che è davvero una paladina nell'utilizzo degli strumenti 2.0 del web. Il suo sito è ben strutturato e ricco di spunti e di re-invio ad altre risorse on line. Infatti la LoC produce anche numerosi materiali di reference che mette a disposizione liberamente attraverso il proprio sito, in linea con la propria mission: "The Library's mission – si legge su Fa-

cebook – is to make its resources available and useful to the Congress and the American people and to sustain and preserve a universal collection of knowledge and creativity for future generations". Sempre dal sito si ha una panoramica degli strumenti di cui si avvale. Prima di tutto Facebook (<https://www.facebook.com/libraryofcongress>), che la LoC utilizza soprattutto per aggiornare sugli eventi promossi e organizzati. C'è poi il profilo su Twitter (<http://twitter.com/#!/librarycongress>), dove la LoC si presenta così: "We are the largest library in the world, with millions of books, recordings, photographs, maps and manuscripts in our collections". Brevi messaggi, costantemente aggiornati. Su Youtube (<http://www.youtube.com/libraryofcongress>) vengono pubblicati numerosi video che documentano la vulcanica attività della biblioteca, dando volto e voce ai protagonisti. Ha uno scopo conservativo e divulgativo lo spazio occupato su Flickr (http://www.flickr.com/photos/library_of_congress/), dove la LoC pubblica collezioni imperdibili di foto d'epoca.

"Personal voices from the Library of Congress: compelling stories & fascinating facts": questi sono i blog della LoC (<http://blogs.loc.gov/>) che offrono interessanti approfondimenti utili soprattutto a un pubblico americano o comunque interessato alla realtà, alla storia e alla società statunitense.

Non mancano poi RSS (<http://www.loc.gov/rss/>), podcasts (<http://www.loc.gov/podcasts/>) e webcasts (<http://www.loc.gov/today/cyberlc/index.php>). Oltre ad uno spazio anche sulla piattaforma iTunes (<http://www.apple.com/itunes/affiliates/download/?id=386017159>).

Insomma, un'offerta sicuramente variegata ma soprattutto ben curata nei particolari seguendo le regole che ciascuno strumento richiede. Veniamo in Europa per scoprire

cosa offre la British Library (<http://www.bl.uk/>): "We hold 14 million books, 920,000 journal and newspaper titles, 58 million patents, 3 million sound recordings, and so much more. Start exploring here". Anche in questo caso abbiamo un sito web che è un vero e proprio portale di accesso a tutte le risorse messe a disposizione dall'istituzione britannica. Podcasts sugli eventi organizzati (<http://www.bl.uk/whatson/podcasts/index.html>) e poi ancora Facebook, Twitter, Flickr, Youtube e AudioBoo (<http://audioboo.fm/britishlibrary>) per ascoltare e scaricare file audio prodotti dalla BL.

Apriamo uno spazio dedicato all'utilizzo del QR Code e vediamo alcune biblioteche che lo utilizzano ormai stabilmente e con successo di pubblico, ad esempio la biblioteca della University of Bath in Gran Bretagna (<http://library.bath.ac.uk/>). L'OPAC incorpora automaticamente nelle registrazioni catalografiche di monografie e periodici QR che codificano autore, titolo e collocazione sullo scaffale. Anche l'OPAC dell'University of Huddersfield Library (<http://webcat.hud.ac.uk>) incorpora nelle registrazioni catalografiche codici QR che codificano un URI (Uniform Resource Identifier) che punta alla visualizzazione estesa del record. L'informazione è completa, univocamente denotata, e il contenuto è continuamente aggiornato, tuttavia l'utente dipende dalla connessione web per visualizzarla, e dal fatto che la biblioteca disponga di un catalogo accessibile tramite il proprio dispositivo (*mobile catalogue*). La biblioteca dell'University of Amsterdam (<http://cf.uba.uva.nl/en/>) ha inserito il QR code nel proprio catalogo offrendo anche la possibilità di condividere ogni singola scheda nelle principali piattaforme dei social network, da Facebook a Twitter a MySpace.

In Italia ci sono alcune interessanti

esperienze. Ne ricordiamo alcune. Iniziamo con l'Università La Sapienza, che ha aperto "Websapienza" (<http://websapienza.wordpress.com/>), uno spazio che non è solo un blog, ma un angolo dove comunicare tutte le innovazioni (2.0 e non solo) promosse dalla biblioteca e dall'intera Università. C'è anche un account su Twitter per seguire anche da lì le evoluzioni tecnologiche in Sapienza.

La Biblioteca Salaborsa si distingue per creatività, attenzione al nuovo e originalità. Dal sito web ufficiale tutte le novità 2.0 non sono immediatamente visibili (<http://www.bibliotecasalaborsa.it/>), anche se resta un portale molto ricco di tutte le iniziative e dei servizi di cui si fa promotrice l'istituzione. Citiamo la presenza su Facebook (<https://www.facebook.com/bibliotecasalaborsa>), con un profilo vivace e ben partecipato dagli utenti che seguono Salaborsa anche su Facebook: molte informazioni, tanti aggiornamenti e tanti link per arrivare a consultare online anche il catalogo.

Bello anche il profilo su Facebook della Biblioteca di ingegneria "Enzo Ferrari" di Modena (<https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-di-Ingegneria-Enzo-Ferrari/115466295131260>). I post sono attuali, freschi e di interesse per gli utenti e per il territorio locale.

In materia di blog, citiamo una delle recenti indagini che recensisce i blog bibliotecari (ancora 'vivi e non'), a cura di Juliana Mazzocchi (<http://www.burioni.it/forum/mazzoc-blog.htm>). Tra quelli ancora e sempre attivi qui citiamo quello della Biblioteca di scienze della storia dell'Università degli studi di Milano (<http://bibliostoria.wordpress.com/>): un vero e proprio portale con Twitter, QR code, link alla pagina di del.icio.us, e altri collegamenti al sito web istituzionale e ai servizi fondamentali. L'home page è molto e ben articolata, quasi a sostituirsi ad un sito web ufficiale.

In realtà è la porta di ingresso alla parte viva della Biblioteca, al suo patrimonio, ai servizi attivati e agli eventi promossi.

Per una cultura della rete

È sempre più necessario diffondere la sensibilità circa la necessità di una strategia comunicativa in biblioteca. Se è vero che tutto è comunicazione e la *mission* della biblioteca è comunicare *ad intra* e *ad extra*, va da sé che la biblioteca ha la necessità vitale di comunicare con gli altri e di comunicare se stessa. L'adozione di strumenti tecnologici 2.0 impone l'accettazione di un modo di pensare 'globale', senza frontiere. In questo contesto è indispensabile partire dall'identificazione di chi in biblioteca gioca un ruolo attivo, di coordinamento e di promozione della comunicazione. Sono infatti questi attori che determinano la strategia di comunicazione e scelgono quali strumenti adottare e come utilizzarli in modo efficace ed efficiente. È quindi un vero e proprio investimento quello nella comunicazione da cui non si può esulare.

La risposta delle biblioteche è positiva, soprattutto se i risultati di una corretta campagna di comunicazione sono positivi. Al contrario, pensiamo ai tanti blog abbandonati nel web alla loro sorte, la biblioteca rinuncia ad un'opzione che poteva diventare un vantaggio. Infatti comunicare significa promuovere ed autopromuoversi: se l'utente non conosce la biblioteca, i suoi servizi e il suo patrimonio, la biblioteca stes-

sa perde di valore. Gli strumenti del web 2.0 vanno incontro agli orientamenti dell'utenza, giovane e meno giovane, e se ben utilizzati rappresentano un valore aggiunto e un mezzo di cui, alla lunga, la biblioteca non può più fare a meno. Di questo i bibliotecari devono convincersi, anche costo di fare investimenti che di primo acchito non danno i risultati sperati. Abbiamo visto che di casi "virtuosi" ne esistono, nelle realtà di grandi e medie dimensioni. I risultati vanno a vantaggio di un'immagine più forte e più efficace della biblioteca. E di una reputazione più solida e credibile.

Data dell'ultima visita dei siti web:
14/07/2011

Bibliografia

BARBARA FIORENTINI, *Il Web 2.0 è entrato in biblioteca*, Pistoia 2009, Presentazione Ppt in SlideShare, URL: <<http://www.slideshare.net/barbaraflorentini/il-web-20-entrato-in-biblioteca>>.

Comunicare la biblioteca: nuove strategie di marketing e modelli di interazione, a cura di Ornella Foglieni, Milano, Editrice Bibliografica, 2002.

Comunicare la conoscenza ai tempi del web: ruolo e responsabilità delle biblioteche ibride, a cura di Luis Marquardt e Alberto Salarelli, Roma, AIB-Sezione Lazio, 2005.

MARCO MASSAROTTO, *Internet P.R., il dialogo in rete tra aziende e consumatori*, Milano, Apogeo, 2008.

SIMONA SARZANA, *I servizi delle biblioteche universitarie, parte seconda*, Palermo, 2011, presentazione Ppt in SlideShare, URL: <<http://www.slideshare.net/SimonettaSarzana/2i-servizi-delle-biblioteche-universitarie-scn-unipa-2011secondaparte>>.

Abstract

The social and professional library framework is nowadays completely shaped by information and communication technologies; so we need to identify the characteristics of a new culture of library communication. Particularly today, we have to familiarize with so-called "Web 2.0 tools". There are many virtuous examples of libraries that have realized Web 2.0 potential, some of which are here illustrated.