
Cristina Bambini

*Come organizzare
la presenza della biblioteca
sui social network*

Milano, Editrice Bibliografica,
2014, 64 p.

Se a una biblioteca o, più concretamente, a un bibliotecario o una bibliotecaria capitasse di pensare che l'avventura dei social network fosse un investimento utile, se non addirittura necessario, con che strumenti potrebbe affrontare la “oramai quasi imprescindibile [...] attività strategica di comunicazione social” (p. 7)? È vero, infatti, che se molti giovani hanno consuetudine e affinità con questo tipo di comunicazione non si può certo estendere la convinzione a chi, magari tutt'altro che nativo digitale per età anagrafica, attitudine o libera scelta, non sia mai approdato ai social nemmeno per uso personale. Questa agile guida, in sintonia con le finalità della collana “Library Toolbox”, si propone di dare ai pri-

mi e ai secondi un adeguato strumento pratico di progettazione e gestione della presenza della biblioteca sui social network. Quali social? Le due piattaforme più utilizzate: Facebook (a cui sono dedicate ben 32 pagine su 64) e Twitter (per altre 11). A completare l'opera, una puntualizzazione su cosa significhi elaborare un piano editoriale e un cenno mirato alla “gestione della crisi”, cioè “una serie di accorgimenti e buone abitudini in base alle quali prendere decisioni su come comportarsi” (p. 8). Non mancano, naturalmente, una bibliografia e sitografia di riferimento.

Perché Facebook? Perché è diffuso, è ormai il “social network per eccellenza”, perché “presentifica” le relazioni, perché può arricchire la base dei contatti della biblioteca (p. 9), ma solo se (Cristina Bambini lo sottolinea spesso) le valutazioni sulla singola struttura avranno portato a un'adesione convinta e consapevole alla piattaforma. Come funziona Facebook? Ecco delle vere istruzioni per l'uso: cos'è e come si attiva una pagina, come la si personalizza attraverso un URL e delle immagini, quali sono i ruoli di amministrazione. Si dedica attenzione non solo alla produzione di post efficaci in relazione ai dati statistici (*insights*) e alla loro interpretazione, ma anche a funzioni meno consolidate, come la programmazione dei post o gli hashtag. Non si trascura un rapido cenno alle inserzioni a pagamento. Perfettamente consapevole della “velocità di modifica a cui sono sottoposti i social network”, l'autrice non perde occasione di soffermarsi sulle ultime novità, da un lato fornendo informazioni freschissime e utili, dall'altro dando una minima prospettiva diacronica che aiuterà a orientarsi nelle trasformazio-

