

# In equilibrio fra personalizzazione e standardizzazione\*

Riccardo Ridi

Università Ca' Foscari di Venezia  
ridi@aib.it

*Soddisfare l'utente senza snaturare il ruolo della biblioteca*

“I concetti senza intuizioni sono vuoti, le intuizioni senza i concetti sono cieche.”  
(Immanuel Kant, *Critica della ragione pura*, 1781)

Come tutti i bibliotecari sanno, la standardizzazione delle procedure, dei prodotti e dei servizi è nel nostro settore – e non solo in quello – un *must*, in nome dell'interoperabilità, della cooperazione, dell'equità e dello sfruttamento ottimale delle risorse disponibili. Ma anche la personalizzazione (di nuovo: delle procedure, dei prodotti e dei servizi), come ci è stato spiegato nelle precedenti relazioni, migliora notevolmente l'impatto delle biblioteche sui propri utenti. Siamo di fronte a una contraddizione, dalla quale si può uscire solo negando uno dei due termini in contrasto fra loro? Oppure a un paradosso, che denuncia l'illogicità profonda delle fondamenta stesse su cui poggia il nostro intero ragionamento? Oppure a due principi astratti, entrambi inapplicabili così come sono, senza calarli nella concretezza empirica del lavoro quotidiano, che ci indicherà di volta in volta quale dei due far prevalere o ci farà trovare, quando serve, una salomonica “via di mezzo”?<sup>1</sup>  
No, niente di tutto ciò. Quelli che abbiamo davanti sono due principi entrambi validi, entrambi generali

ma applicabili anche in concreto, entrambi ben fondati nelle strutture più profonde della biblioteconomia e che, come cercherò di mostrare, non si contraddicono a vicenda ma anzi si integrano e acquistano senso l'uno dall'altro.  
Parafrasando Kant si potrebbe addirittura dire che la standardizzazione senza personalizzazione è cieca rispetto alla specificità dei singoli utenti, perché astratta e burocratica, e ignora il precetto rangianathiano di mettere in contatto ciascun utente non con un insieme indifferenziato di documenti, ma proprio con il “suo” libro. Ma, d'altra parte, la

personalizzazione senza standardizzazione è vuota di contenuti, perché rischia di perdere di vista il nocciolo più autentico della *mission* bibliotecaria, disperdendosi in una velleitaria, demagogica e sostanzialmente iniqua rincorsa verso una generica soddisfazione



dell'utenza che alla lunga non può che allontanare il sistema complessivo dal rangianathiano risparmio del tempo del lettore.

Così come una classificazione troppo grezza dei documenti impedisce all'utente di recuperare tutti e solo quelli di suo interesse, costringendolo o a un eccesso di rumore (troppo richiamo) o a rimanere a mani vuote (troppa precisione), allo stesso modo servizi organizzati e gestiti inquadrandone le modalità di erogazione e i soggetti beneficiati in griglie troppo ampie e rigide, che non permettano incroci e variabili controllate, conducono inevitabilmente o a servizi insoddisfacenti per una significativa percentuale dell'utenza oppure alla continua applicazione di eccezioni estemporanee e casuali per mitigare tale insoddisfazione. Due esiti solo apparentemente opposti fra loro, che costituiscono piuttosto i due lati perversi della stessa, difettosa, medaglia.

Non deve quindi apparire paradossale che solo nel quadro di una standardizzazione adeguatamente complessa e sufficientemente articolata dei servizi si possano piuttosto inserire una serie di parametri dotati di un'ampia banda di oscillazione, andando così a coprire non tanto una caotica miriade di "casi particolari" gestiti dagli addetti in base al variabile umore del momento (minando i fondamenti stessi di un servizio equo ed efficiente), quanto piuttosto delle classi ben definite e regolate di utenti e servizi, che possono benissimo anche ridursi a una sola unità, in base al sacrosanto principio della tutela dei diritti delle minoranze.<sup>2</sup>

Per non restare troppo nel vago, facciamo un esempio nell'ambito del servizio bibliotecario personalizzato per eccellenza, il *reference service*. Tutti sappiamo in teoria, anche se troppo spesso dimentiamo

nella pratica, che esistono tre modelli (o livelli, o filosofie) fondamentali del *reference*.<sup>3</sup>

1) Il modello conservatore (o minimo, ma che io preferirei chiamare "educativo"), secondo il quale il bibliotecario non rintraccia personalmente l'informazione cercata, ma insegna piuttosto all'utente come fare per recuperarla autonomamente, secondo le proprie esigenze.

2) Il modello liberale (o massimo, ma che io preferirei chiamare "sostitutivo"), secondo il quale il bibliotecario utilizza tutti i mezzi a sua disposizione per rintracciare l'informazione cercata dall'utente e offrirgliela.

3) Il modello moderato (o medio, ma che io preferirei chiamare "equilibrato"), secondo il quale il bibliotecario può seguire di volta in volta il modello educativo o quello sostitutivo, cercando di raggiungere un equilibrio fra risorse disponibili ed effettivi bisogni e capacità degli utenti, senza sprecare tempo inutilmente ma senza neanche penalizzare chi ha effettivamente bisogno di maggiore aiuto.

Questa ormai classica tipizzazione è tuttora molto utile alla biblioteca che voglia lodevolmente stabilire con chiarezza lo stile e il livello su cui devono attestarsi di norma i servizi informativi offerti, per evitare sperequazioni dovute a idiosincrasie personali dello staff o comunque al caso, soprattutto (ma non solo) durante la sperimentazione di nuove procedure come il *reference digitale*. Alla luce delle risorse disponibili, degli obiettivi generali della tipologia di servizio bibliotecario in cui ci si riconosce e di quelli più specifici della singola biblioteca, si deciderà ad esempio quali tipi di domande e con quale livello di approfondimento soddisfare, quanto tempo e quali risorse impiegare nelle risposte, e anche, fra le altre cose, il modello di *reference* adottato. Dei tre modelli, anche se il primo è quello idealmente più coerente

con la *mission* della maggior parte delle biblioteche (soprattutto quelle scolastiche e universitarie, ma in larga misura anche quelle pubbliche), è il terzo quello che andrebbe in concreto più spesso adottato, non perché *in medio stat virtus* o perché non ci si è posti o non si è saputa risolvere l'alternativa fra gli altri due, ma perché le biblioteche anche più piccole sono sempre sistemi complessi, difficilmente inquadrabili in una sola tipologia di servizi per una sola classe di utenti con una sola gamma di bisogni informativi.

La cosa difficile da capire del modello equilibrato è che adottarlo non significa né scegliere di volta in volta a caso (o "a naso")<sup>4</sup> fra gli altri due modelli, né tracciare fra essi un'improbabile media aritmetica, ma capire, prevedere e regolamentare che, ad esempio, anche in una biblioteca scolastica, che parrebbe costituzionalmente vocata al modello educativo,<sup>5</sup> ci sono fra gli utenti, per nulla "impropri", anche il preside o il segretario amministrativo alla disperata ricerca di una legge o di una circolare durante una riunione, coi quali è evidentemente più appropriato un approccio "sostitutivo"; oppure che anche in un centro di documentazione aziendale, tendenzialmente orientato verso il modello "sostitutivo", non sarebbe affatto disdicevole organizzare comunque periodicamente delle presentazioni delle banche dati più importanti nel settore, nel caso che qualche collega preferisse provare a utilizzarle autonomamente.

Su questa strada ci si può spingere anche oltre, ad esempio stabilendo che il modello educativo, adottato per default con gli studenti da parte delle biblioteche scolastiche e universitarie, lasci automaticamente il posto a un modello sostitutivo quando "sostitutivo" è anche l'utente (il genitore per il figlio, l'assistente per il pro-

fessore), che sarebbe meno sensato “educare” al posto di colui di cui si fa ambasciatore. Oppure negando o aggiungendo certi servizi a classi particolari di utenti, ad esempio precludendo il prestito interbibliotecario al genitore che, per non rischiare di sbagliare nel recuperare il libro di testo indicato dal figlio, non ne accetta una ristampa sostanzialmente identica ma pretende di ottenere da un’altra biblioteca proprio l’edizione annotata sul suo foglietto.

Ma il nostro convegno è sulla personalizzazione, non sulla standardizzazione, quindi ci focalizzeremo adesso sugli eccessi della prima, piuttosto che della seconda. Come ci spiegherà Roberto Ventura, fra personalizzazione dei servizi e soddisfazione dell’utenza c’è un rapporto stretto ma complesso, non sempre diretto e lineare, anche perché investire sulla personalizzazione può sottrarre risorse ad altri aspetti del servizio e ridurre la produttività complessiva e perché non è detto che tutti gli utenti la gradiscano sempre e comunque. A maggior ragione, dunque, nonostante ciò che possa pensarne la prossima presidente dell’IFLA Claudia Lux,<sup>6</sup> inseguire a tutti i costi la soddisfazione degli utenti (e, a maggior ragione, del singolo utente) è un gioco solo apparentemente soddisfacente per gli utenti, i bibliotecari e i contribuenti nel loro complesso.

La soddisfazione va raggiunta, certo, ma non è detto che della soddisfazione di ogni possibile tipo di desiderio o bisogno debba occuparsi sempre e comunque (e talvolta solo) la biblioteca.<sup>7</sup> Dopo aver ripetuto fino alla nausea che le biblioteche non sono monadi e che devono cooperare in rete, è ora di ricordarci che tale cooperazione non deve necessariamente limitarsi a connettere fra loro le biblioteche, ma potrebbe e dovrebbe coinvolgere anche altri sogget-

ti, sicuramente pubblici e forse anche privati. Non esistono solo le biblioteche, ma anche le scuole, le università, gli archivi, le librerie, gli editori, gli uffici postali, gli URP, gli Informagiovani ecc., per limitarsi al comparto informativo-comunicativo-educativo-culturale. È solo dal loro “combinato disposto”, e non da una singola tipologia di tali soggetti, che può arrivare la soddisfazione completa (in ambito informativo-comunicativo-educativo-culturale, si intende) dell’utenza.

Per avvicinarsi a tale obiettivo, bisogna intanto che ciascuno faccia (bene) il proprio lavoro, piuttosto che improvvisare (male) quello altrui. Poi, quando ciascuno avrà raggiunto un ragionevole livello di efficacia (e quindi di soddisfazione) nell’ambito personale e specifico, si potranno stringere le più proficue alleanze per allargare i confini della propria azione e moltiplicarne gli effetti. Oppure l’alleanza potrà scattare anche prima, lungo la strada e non al suo epilogo, ma sempre tenendo d’occhio quello che per ciascuno dei partner resta l’obiettivo fondamentale, senza scambiare mezzi e fini, rischiando di sacrificare ai primi i secondi.

D’altronde l’alibi spesso esibito dalle biblioteche che impegnano parte delle proprie esigue risorse in attività che sarebbero tipiche di altre agenzie – ovvero che gli assaggi di cioccolata, le mostre di pittura, i tornei di giochi di ruolo e i corsi di ballo liscio<sup>8</sup> servono a portare in biblioteca per la prima volta potenziali utenti che potrebbero successivamente affezionarsi anche a servizi più “centrali” – è viziato all’origine proprio da una confusione fra mezzi e fini.

Le biblioteche sono nate e vengono mantenute perché (quando funzionano) costituiscono uno degli strumenti più efficaci mai inventati dall’umanità per mettere in contatto documenti e informazioni

con chi di tali documenti e informazioni ha bisogno. Le biblioteche sono dunque un mezzo, non un fine. Recarsi in biblioteca non ha di per sé alcuna funzione salvifica.<sup>9</sup> Se (ripeto “se”) si riuscisse a soddisfare ogni bisogno informativo senza far muovere gli utenti dalle proprie case e uffici, la società potrebbe tranquillamente liquidare le biblioteche, almeno per come le conosciamo oggi.<sup>10</sup>

Quello che servirebbe per ampliare significativamente e appropriatamente il pubblico delle biblioteche non è tanto trascinarvi – con un approccio fra il paternalistico e il fraudolento – utenti renitenti, prendendoli per un orecchio o per la gola, quanto piuttosto far sapere in modo massiccio, continuativo ed efficace che le biblioteche stesse esistono, come sono strutturate e differenziate e soprattutto che cosa fanno e a cosa servono, in modo che se (ripeto “se”) a qualcuno nasce il bisogno – o anche solo il desiderio – di un documento o di un’informazione, possa valutare se rivolgersi a una di esse o a un’altra delle tante “agenzie informative” oggi esistenti, scegliendo di volta in volta quella più adatta, grazie alla consapevolezza delle rispettive caratteristiche e peculiarità. E dubito che degustare una buona tazza di cioccolata in biblioteca, pur costituendo di per sé un’esperienza indubbiamente gradevole e soddisfacente, possa contribuire in modo significativo a innalzare ed estendere tale consapevolezza; soprattutto in un paese come il nostro, dove non è infrequente incontrare persone che non sanno distinguere una biblioteca da una libreria.

Esistono almeno tre tipologie di ricerca impropria della personalizzazione dei servizi e della soddisfazione “a tutti i costi” dell’utenza alle quali dovremmo fare particolare attenzione, per evitarle – o almeno ridurle al minimo – se non

vengono inserite in un quadro cooperativo più ampio e sensato.

La prima è quella più macroscopica e col maggior impatto sulla vita di tutti i cittadini – non solo degli utenti delle biblioteche – e deriva probabilmente dalla tendenza (nota come *branding*)<sup>11</sup> diffusasi in ambito commerciale, a privilegiare negli acquisti il “marchio” comunque conosciuto per i motivi più diversi, rispetto al prodotto magari di qualità maggiore e prezzo minore ma fornito da un’azienda meno nota, anche se magari più competente in quello specifico settore. In sostanza, una volta che il consumatore ha memorizzato il marchio X collegato a un prodotto del settore, poniamo dell’abbigliamento, egli tenderà (e la pubblicità rafforzerà tale tendenza) ad acquistare prodotti marcati X anche nei settori dell’alimentazione e dell’intrattenimento, sebbene l’azienda proprietaria del marchio X produca da decenni vestiti ottimi e solo da pochi mesi cibi e videogiochi pessimi, magari subappaltati ad altre aziende.

Un corollario di tale tendenza è la diffusione di negozi marcati X, privi di qualsiasi specificità riguardo alla tipologia dei prodotti messi in vendita e popolati da personale di assoluta incompetenza in qualsiasi specifico settore merceologico, dediti esclusivamente allo smercio di qualsivoglia oggetto o servizio, purché vi sia stato apposto il marchio X. Questa “filosofia” della produzione industriale e della relativa distribuzione commerciale, accettabile in un ambito nel quale, alla fin fine, gli unici metri di giudizio sono l’importo e la rapidità dell’arricchimento da parte dei detentori del marchio, non avrebbe alcuna ragion d’essere nell’ambito, invece, dei servizi essenziali erogati al cittadino dagli enti pubblici o “di pubblica utilità”.

Purtroppo invece il *branding* si sta facendo strada anche nei servizi

pubblici, con l’aggravante dell’eliminazione o della riduzione di quei servizi che, pur essendo essenziali per i cittadini e coerenti con la vocazione originaria più autentica di una specifica agenzia (e che, proprio per questo, vengono finanziati dai cittadini stessi attraverso tasse e imposte), vengono percepiti dal suo management come scarsamente redditizi o come poco consoni all’immagine “moderna” di cui ci si vuole ammantare. Il caso più clamoroso è quello degli sportelli delle Poste italiane, presso i quali non si è mai potuta spedire una lettera in formato digitale e dove diventa ogni giorno più difficile poter inviare o ricevere un pacco o una raccomandata, ma che in compenso sfornano e pubblicizzano continuamente nuovi servizi di ambito bancario e vendono libri, dischi, film, giochi, pile e cancelleria assortita.

Questa tendenza a invadere il terreno di altre agenzie pur di soddisfare l’utente, anche relativamente a bisogni e desideri che niente hanno a che fare con quelli per i quali era nata l’agenzia stessa, conduce inevitabilmente a una confusione generale dei ruoli e a uno spreco di risorse, e spesso può portare al paradosso secondo il quale vengono soddisfatti tutti i desideri dell’utente, eccetto proprio quello primario per il quale egli si era recato presso quello sportello e che magari non viene neppure offerto, in concorrenza magari impropria, da altre agenzie. Evidente appare l’applicazione di tutto ciò in ambito bibliotecario, dove oltretutto la forza di attrazione del *branding*, nonostante iniziative come @your library,<sup>12</sup> è decisamente scarsa, a causa dei ridottissimi investimenti pubblicitari possibili. Quindi, in questo settore, personalizzazione del servizio e soddisfazione dell’utente sarebbero a mio avviso meglio raggiunti se strettamente finalizzate a congiun-

gere ciascun utente con il “suo” documento e ciascun documento con il “suo” utente, potenziando e rendendo più flessibili orari di apertura, acquisizioni documentarie, indicizzazione, *reference service* e document delivery, piuttosto che distribuendo tazze di cioccolata o accessi alla posta elettronica.<sup>13</sup>

Ma anche fra le diverse tipologie di biblioteche possono scattare meccanismi di “falsa concorrenza” o di “supplenza impropria”, tipici delle biblioteche nel loro complesso, nei confronti di altre agenzie. Esempio, a questo riguardo, il rapporto fra le biblioteche pubbliche degli enti locali, più capillarmente diffuse sul territorio, e quelle delle università, maggiormente dotate di documenti recenti e costosi, relativi alle più minute specializzazioni disciplinari.

È sensato che una piccola biblioteca pubblica si sforzi di aiutare, in nome della personalizzazione e della soddisfazione, un laureando che non ha voglia o possibilità di visitare né fisicamente né online la biblioteca del proprio dipartimento, assistendolo “alla buona” in ricerche bibliografiche sull’ingegneria del calcestruzzo o sulla storia del salvadanaio,<sup>14</sup> per le quali servirebbero piuttosto le banche dati che il dipartimento ha acquistato anche con i soldi delle tasse del laureando e che spesso risultano ampiamente sottoutilizzate? Ed è sensato che la stessa piccola biblioteca sottragga lo scarso e prezioso tempo dei suoi addetti al *reference* dall’assistenza ad altre tipologie di utenti, che non dispongono di biblioteche specializzate al loro servizio come gli studenti universitari, per investirlo sul laureando, magari concludendo la transazione con una costosa richiesta di document delivery internazionale oppure con la proposta di acquisto di un libro che mal si inquadra nella politica delle acquisizioni di una biblioteca pubblica di base?

No, non è affatto sensato. E se proprio lo studente non ha il tempo di andare in dipartimento, e se proprio i bibliotecari del dipartimento non sono in grado di organizzare un servizio di reference online, non sarebbe piuttosto meglio che l'ateneo del laureando e l'amministrazione comunale della piccola biblioteca si accordassero,<sup>15</sup> magari scambiando l'ospitalità "sotto casa" offerta dalla biblioteca pubblica agli studenti con l'accesso online gratuito per la stessa biblioteca (e quindi per *tutti* i suoi utenti) alle banche dati dell'università? Ecco, questo sì che sarebbe più sensato, e condurrebbe a un incremento di personalizzazione e di soddisfazione più sostenibile, più equo e anche più efficace, perché gestito e misurato da un punto di vista più ampio e "di sistema", piuttosto che nel ristretto ambito della "mia biblioteca"<sup>16</sup> e dei "miei utenti".

Infine, oltre alla confusione di ruoli fra agenzie diverse e fra diverse tipologie della medesima agenzia, c'è un terzo tipo di confusione, quello al tempo stesso più difficile da individuare ma anche più facile da combattere, almeno se si è ottimisti nell'efficacia della formazione e dell'aggiornamento professionale e nell'impatto sui valori e la consapevolezza deontologica dei bibliotecari di strutture e momenti aggregativi come associazioni, convegni e mailing list professionali. Si tratta della confusione e della vaghezza nelle idee che molti bibliotecari hanno del proprio ruolo, delle sue funzioni e priorità, dei suoi limiti e confini, che li porta talvolta, con grande generosità e assoluta buona fede, a spingere il pedale della personalizzazione e della soddisfazione non tanto "troppo" (come pure stavo per dire) quanto piuttosto "nella direzione sbagliata", uscendo proprio da tali limiti.<sup>17</sup>

C'è il bibliotecario che aiuta un

utente a scrivere un'e-mail, a comprare un libro online o a iscriversi a un esame sul sito della sua università (laddove, fra l'altro, mai gli sarebbe venuto in mente di fornire il medesimo aiuto per scrivere una lettera con la stilografica, fare un acquisto in un negozio "reale" o tenere il posto nella coda presso la segreteria studenti).<sup>18</sup> C'è quello che suggerisce a un lettore i libri, film e dischi preferiti, letti, visti e ascoltati nel proprio tempo libero e non certo come attività di aggiornamento professionale.<sup>19</sup> C'è quello che stabilisce con il "buon senso del padre di famiglia" che certi libri o siti, mai sequestrati dalla magistratura, liberamente e legalmente disponibili in tutte le librerie o sul web, non sono "adatti" per gli utenti della sua biblioteca, o per i più giovani fra loro, o addirittura per certi singoli utenti, e che quindi ne impedisce loro la lettura o il prestito. C'è quello che, oltre ai canonici corsi di alfabetizzazione informativa e bibliografica e sull'uso della biblioteca, organizza corsi o addirittura interventi formativi personalizzati su tutto lo spettro dello scibile.

Cosa hanno in comune questi bibliotecari? Tutti svolgono supplenze rispetto a compiti non specifici delle biblioteche ma di altre agenzie o soggetti. Tutti lo fanno in buona fede, personalizzando il servizio sulle esigenze di uno specifico utente o di una classe di utenti, dei quali aumentano il livello di soddisfazione.<sup>20</sup> Ma ciò avviene sempre distogliendo risorse (come minimo il tempo degli addetti) da altri servizi più appropriati, peggiorando-

ne quantità e/o qualità, e quindi – in ultima istanza – abbassando il livello di soddisfazione di altri utenti, che chiedevano, stanno chiedendo o chiederanno servizi a carattere informativo-documentario che spesso solo le biblioteche erogano.<sup>21</sup> Per salvare tempo e denaro<sup>22</sup> "non-bibliotecari" di alcuni utenti, si compromettono tempo e denaro "bibliotecari" di tutti gli altri.

Le biblioteche, che da una parte dovrebbero assolvere compiti smisurati, probabilmente utopici, in ambito esclusivamente informativo-documentario,<sup>23</sup> e che dall'altra neppure in tale recinto hanno mai operato in regime di monopolio,<sup>24</sup> hanno ancora parecchio da lavorare al loro *core business*, prima di uscire dai propri confini, soprattutto in paesi come il nostro dove, con le solite sporadiche eccezioni, il livello medio del servizio prettamente bibliotecario offerto alla cittadinanza è – ammettiamolo – piuttosto scarso.<sup>25</sup> Quindi ben



venga la personalizzazione, anche estrema, dei servizi, purché essa si muova all'interno di parametri standardizzati o standardizzabili e non fuoriesca dai confini informativo-documentari propri della *mission* bibliotecaria.

E non si creda che concentrarsi su un obiettivo di tipo esclusivamente informativo-documentario sia riduttivo e ci conduca fuori dalla modernità e dalla "sfida competitiva", in una società che ama auto-definirsi proprio "dell'informazione". Altri soggetti, anche privati, operano entro tali confini con notevoli risultati sia sul piano economico che su quello dell'immagine. Ad esempio la filiale italiana di una multinazionale specializzata nella gestione di banche dati telefoniche sta conducendo proprio in questi giorni una campagna pubblicitaria molto aggressiva (è quella dei due ballerini biondi con i baffi), dalla quale prendo in prestito – per concludere – uno slogan, che potrebbe diventare quello delle biblioteche che credono nella loro più autentica vocazione, senza vergognarsene: "Non possiamo soffiarti il naso se hai il raffreddore, ma possiamo darti il numero di una farmacia".

### Note

\* Ringrazio Juliana Mazzocchi, Rossana Morriello, Alberto Petrucciani, Michele Santoro, Roberto Ventura e Giulia Visintin per osservazioni e suggerimenti.

<sup>1</sup> Antitetiche, da questo punto di vista, le relazioni presentate al convegno delle Stelline 2006 da Stefania Jahier e da Maria Stella Rasetti. La prima, infatti, ha sostenuto che l'esigenza di standardizzazione appartiene ai servizi mediocri, che non richiedono di essere garantiti da personale di grande qualità ed esperienza, capace di seguire il semplice criterio "il cliente al primo posto", che dovrebbe trarre da ogni impiccio anche in presenza di si-

tuazioni molto complesse, mentre la seconda, con un approccio più condivisibile, ha messo in guardia dai pericoli di un improvvisato "buon senso", mostrando come persino la gestione delle eccezioni debba seguire una logica rigorosa per non degenerare nell'arbitrio e nel privilegio.

<sup>2</sup> Proprio come avviene nell'information retrieval, dove la ricchezza e la standardizzazione dei metadati, unite a strumenti di interrogazione altrettanto ricchi e standardizzati, possono produrre ricerche tagliate su misura per ogni specifica esigenza.

<sup>3</sup> Cfr. AURELIO AGHEMO, *Informare in biblioteca*, Milano, Editrice Bibliografica, 1992, p. 35-39 e CARLA LEONARDI, *Il reference in biblioteca. Guida ai servizi d'informazione*, Milano, Editrice Bibliografica, 1995, p. 21-33.

<sup>4</sup> "L'uguaglianza di trattamento rimane comunque un requisito fondamentale del fare biblioteca pubblica ogni giorno; la sua importanza sta nel fatto che la continuità e la parità di trattamento nella gestione delle problematiche è la prima e la più decisiva garanzia di affidabilità e credibilità di un servizio; nessuno può fidarsi di chi modifica le proprie reazioni, affidandosi all'estro del momento, alla buon volontà o alla competenza del singolo operatore di turno al banco informazioni" (MARIA STELLA RASETTI, *La biblioteca trasparente. L'istruzione all'utenza come strategia organizzativa*, Pisa, ETS, 2004, p. 129-130; nel capitolo "Personalizzazione e standardizzazione").

<sup>5</sup> Cfr. RICCARDO RIDI, *Le relazioni pericolose. Affinità e divergenze fra biblioteca e scuola al tempo della rete*, in *La biblioteca condivisa. Strategie di rete e nuovi modelli di cooperazione*, a cura di Ornella Foglieni, Milano, Editrice Bibliografica, 2004, p. 156-169.

<sup>6</sup> "Il Lux-pensiero è di quelli che farebbero crescere i capelli a Riccardo Ridi: non si tratta di definire a priori la missione della biblioteca, e in base ad essa distinguere ciò che la biblioteca *deve* fare (sperabilmente bene), cosa *può* fare (ma solo dopo aver fatto bene tutto quello che *deve* fare), e ciò che *non deve* fare (nemmeno se le rimane tempo e voglia dopo avere fatto tutto e bene ciò che *deve* e *può*). All'opposto, si tratta di dare agli utenti ciò che essi vogliono, e anzi arriva-

re a dare loro ancora di più, scoprendo nuove e inedite possibilità per i servizi della biblioteca, fino al punto da sorprenderli, farli innamorare, legarli a noi tanto da rendere loro impossibile starci lontani. Da qui l'importanza del *branding*, inteso come approccio teso a suscitare emozioni e sentimenti positivi connessi alla biblioteca quale luogo pieno di vita, di gioia e di opportunità: un posto dove è bello passare il tempo e dove – importantissimo! – è entusiasmante lavorare. Mentre ascoltiamo, ci sembra di camminare a tre metri da terra" (MARIA STELLA RASETTI, *Biblioteche, la sfida del marketing. Una "soggettiva" dal convegno internazionale di Tel Aviv del 23 giugno 2005*, "Biblioteche oggi", 23 (2005), 7, p. 6-10; 9). La sintesi del Ridi-pensiero è ottima. Aggiungerei solo una quarta categoria, relativa a ciò che la biblioteca *può* fare anche prima di aver finito di fare tutto ciò che *deve*, ma solo in cooperazione con altre agenzie.

<sup>7</sup> "Ma, come suggerisce la simmetria tra la seconda e la terza legge di Ranganathan, e come è adombrato già nella forma della prima di quelle cinque leggi, i fini della biblioteca vanno oltre la semplice soddisfazione dei bisogni e delle esigenze degli utenti – pur così difficile da raggiungere, anche perché si sposta incessantemente, e meritevole di infiniti sforzi. Contrariamente a quanto spesso pensiamo e ripetiamo, il servizio e l'utenza non possono rappresentare, direttamente e da soli, l'unico e l'ultimo riferimento del nostro agire" (ALBERTO PETRUCCIANI, *Postfazione*, in MICHAEL GORMAN, *I nostri valori. La biblioteconomia nel XXI secolo*, traduzione di Agnese Galleffi con la collaborazione di Carlo Ghilli, a cura e con presentazione di Mauro Guerrini, Udine, Forum, 2002, p. 195-198; 198). "La biblioteca resta l'unica istituzione sociale dedicata alla conservazione e alla fruizione dei documenti del pensiero e dell'espressione umana e quella del bibliotecario l'unica professione dedicata, e definita, da questa funzione specifica. Questa funzione non può essere definita in termini puramente strumentali, di utilità diretta o di soddisfazione dell'utente, che pure sono punti di riferimento evidenti e che siamo da tempo

abituati a mettere in primo piano, almeno nelle dichiarazioni di intenti” (ALBERTO PETRUCCIANI, *La sindrome del panda*, in *Fast library, slow library. Biblioteche provinciali e statali nella società dell'informazione*, Pescara, 26-27 settembre 2002, atti del VI convegno nazionale a cura di Dario D'Alessandro, Roma, Associazione italiana biblioteche, 2003, p. 92-103; 101).

<sup>8</sup> Gli esempi non sono teorici, ma corrispondono tutti a iniziative realmente organizzate da biblioteche italiane di varie tipologie.

<sup>9</sup> Cfr. RICCARDO RIDI, *La biblioteca come portale delle letture. Identità di un'istituzione e pratica del leggere*, “Biblioteche oggi”, 23 (2005), 6, p. 33-43.

<sup>10</sup> Si tratta, chiaramente, di un paradosso, perché informazioni e documenti dovrebbero comunque essere conservati in qualche luogo (reale o virtuale) e gestiti da qualcuno, laddove “qualche luogo” e “qualcuno” potrebbero anche non venire più chiamati rispettivamente “biblioteche” e “bibliotecari”, ma nella sostanza resterebbero qualcosa di molto simile a tali istituzioni e figure professionali.

<sup>11</sup> Ovviamente non c'è niente di male nel creare un marchio elegante e facilmente memorizzabile da associare a un ente, un prodotto o una campagna, in modo da identificarli più facilmente, e nel promuovere tale marchio. Il *branding* che potremmo definire “perverso” è quello in cui il marchio prende il sopravvento sul “marchiato”, ovvero si perde di vista che il *brand* dovrebbe costituire da una parte un mezzo per distinguere uno specifico oggetto da altri simili e dall'altra una garanzia per l'utente stesso, facendolo diventare piuttosto uno specchietto per le allodole per vendere qualsiasi cosa a chiunque.

<sup>12</sup> <<http://www.aib.it/aib/cen/ayl/ayl.htm>>.

<sup>13</sup> Di diverso avviso, relativamente alla posta elettronica, Leombroni che, in nome dell'alleanza (purtroppo mancata) fra biblioteche, reti civiche e URP, ne rivendica la piena cittadinanza in “una biblioteca capace di concepirsi e di essere concepita come ‘luogo’ indispensabile non solo per l'accesso all'informazione e alla conoscenza, ma anche per l'affermazione dei diritti di cittadinanza!” (CLAUDIO LEOMBRONI, *La*

*biblioteca pubblica: un progetto incompiuto della modernità?*, “Bollettino AIB”, 45 (2005), 3, p. 273-276; 275, oppure <<http://www.aib.it/aib/boll/2005/0503273.htm>>). La tesi è suggestiva, e infinitamente più rigorosa di quella di coloro che, semplicisticamente, considerano l'uso della posta elettronica come intrinsecamente e indissolubilmente legato all'accesso a Internet, ma a mio avviso non convincente, perché volendo effettivamente concentrare in un unico “luogo” tutti i servizi e le funzioni necessari per espletare in pieno la “cittadinanza digitale”, l'ipotetica agenzia che dovesse farsene carico eccederebbe di gran lunga la semplice sommatoria di biblioteche, reti civiche e URP, per assorbire piuttosto al suo interno l'intero comparto informativo-comunicativo-educativo-culturale. È del tutto pacifico che una tale ipotetica agenzia *monstre* dovrebbe fornire ai propri utenti anche l'uso della posta elettronica, ma è altrettanto pacifico che le reali, attuali, biblioteche italiane sono ben lungi da potersi proporre come candidate per assolvere, da sole, tale ruolo. E, in vista di una possibile futura fusione con altre agenzie, non sarebbe più probabile che il *mix* risultante comprendesse una sufficiente percentuale degli indispensabili servizi di accesso all'informazione oggi svolti dalle biblioteche (e un'analoga percentuale di addetti esperti in tali servizi) se le biblioteche stesse arrivassero alla vigilia del matrimonio portando in dote un eccellente servizio svolto in tale ambito su tutto il territorio nazionale? In fondo Leombroni stesso ammette che gli URP vennero creati anche perché la pubblica amministrazione italiana non fu in grado di riconoscere nelle biblioteche pubbliche realmente esistenti in Italia delle *public libraries* in grado di fare bene il proprio lavoro, che includerebbe anche servizi di *community information*. Inoltre mi domando se, pur consapevole della convergenza in ambiente digitale di lettura e scrittura (intese entrambe in senso ampiamente multimediale), possa essere davvero considerata miopia politica (piuttosto che lungimiranza) lo sforzarsi di mantenere comunque una certa distinzione fra l'accesso all'informazione e la

produzione della stessa, in una *tempèrie* politica nella quale crescono preoccupantemente i segnali di un'eccessiva ingerenza censoria dei governi in tali ambiti. Poiché storicamente il diritto occidentale ha sempre offerto al cittadino maggiori opportunità di resistenza a tali ingerenze sul fronte dell'accesso (lettura) rispetto a quello della produzione (scrittura), non sarebbe più prudente mantenere almeno un'agenzia votata esclusivamente a garantire l'accesso a informazioni e documenti, e non la loro produzione e scambio?

<sup>14</sup> Sono solo due dei tanti esempi reali di ricerche bibliografiche estremamente specializzate per le quali bibliotecari "non specializzati" hanno chiesto aiuto ai loro colleghi dotati di competenze e collezioni più specifiche tramite la mailing list AIB-CUR: <<http://www.aib.it/aib/aibcur/aibcur.htm3>>.

<sup>15</sup> Ammesso e non concesso che tale accordo sia accettato anche dal "terzo incomodo", ovvero dal distributore delle banche dati coinvolte.

<sup>16</sup> L'aggettivo possessivo può riferirsi tanto al bibliotecario quanto all'utente.

<sup>17</sup> "Dovrebbe essere lapalissiano, ma spesso purtroppo non lo è che, per una biblioteca, riuscire ad essere bene qualcosa d'altro (che so, un ente manifestazioni o un parco giochi o un internet café gratuito), se pure ci si riesce, non serve allo scopo, anzi può essere controproducente. Se perfino il bibliotecario pensa che sia meglio fare un ente manifestazioni o un internet point invece che una biblioteca, perché mai l'assessore dovrebbe vederla diversamente? È la propria funzione, e il proprio pubblico, che si dovrebbe curare, iniziando col comprenderli" (ALBERTO PETRUCCIANI, *Postfazione*, in MICHAEL GORMAN, *La biblioteca come valore. Tecnologia, tradizione e innovazione nell'evoluzione di un servizio*, traduzione di Matteo Barucci, a cura e con prefazione di Mauro Guerrini, Udine, Forum, 2004, p. 203-208; 206).

<sup>18</sup> L'esempio è stato ispirato anche da un messaggio inviato a AIB-CUR da Francesco Mazzetta il 29 luglio 2005, nell'ambito di una discussione che, partita dalla normativa sull'uso della posta elettronica in biblioteca, si è poi allargata alla definizione dei servizi

più o meno appropriati per una biblioteca pubblica. Il dibattito si è riaperto subito dopo il Convegno delle Stelline 2006, per iniziativa dello stesso Mazzetta, che commentava la mia relazione a tale convegno, qui riprodotta fedelmente, con la sola aggiunta delle note 1, 2, 11, 18, 19, 22 e 25.

<sup>19</sup> Come ho potuto esplicitare nel corso della discussione di cui alla nota precedente, improprio non è tanto fornire consigli di lettura, quanto piuttosto basarli esclusivamente sui propri gusti personali. Un bibliotecario dovrebbe individuare i documenti da proporre ai propri utenti basandosi su criteri oggettivi e documentabili, incrociati con le esigenze degli utenti stessi, o ancora meglio proporre agli utenti strumenti e metodi che permettano loro di individuarli autonomamente, anche aiutandosi fra loro. È la conoscenza approfondita e aggiornata di tali strumenti e metodi, e non certo la lettura di appassionanti romanzi, la visione dei film dei grandi registi e l'ascolto di tanti bei dischi di musica classica, rock o jazz, che fa parte integrante della formazione e della competenza professionale dei bibliotecari. Sulle numerose vie che il consiglio di lettura può prendere in biblioteca si veda la relazione di Luca Ferrieri al Convegno delle Stelline 2006.

<sup>20</sup> Nel caso della "censura" su documenti non ritenuti idonei, la soddisfazione che aumenta non è direttamente quella dell'utente *hic et nunc*, ma, almeno idealmente, quella dello stesso utente quando sarà in grado, in futuro, di essere riconoscente al bibliotecario che gli aveva impedito di accedere a documenti che sarebbero stati nocivi per lui quando era più giovane o inesperto o alterato ecc. Oppure, più prosaicamente, la soddisfazione che il bibliotecario-censore sta cercando di incrementare non è in realtà tanto quella dell'utente, quanto quella dei relativi genitori o del parroco locale o di altri soggetti, che sono anche i destinatari reali della personalizzazione del servizio.

<sup>21</sup> "Tutte le supplenze di ruoli producono danni che prima o poi si pagano (se sono supplenze e non integrazioni cooperative dei margini estremi di un servizio)" (ALBERTO PETRUCCIANI, mailing list <[aw-opac@aib.it](mailto:aw-opac@aib.it)> per la gestione di

OPAC italiani, <<http://www.aib.it/aib/lis/opac1.htm>>, 10 aprile 2002).

<sup>22</sup> Cfr. GIOVANNI DI DOMENICO – MICHELE ROSCO, *Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi*, Milano, Editrice Bibliografica, 1998, p. 104-107.

<sup>23</sup> Per limitarci alle biblioteche pubbliche, esse dovrebbero niente meno che rendere "prontamente disponibile per i [propri] utenti ogni genere di conoscenza e informazione" (*Manifesto Unesco per le biblioteche pubbliche*, traduzione di Maria Teresa Natale, "AIB Notizie", 7 (1995), 5, p. 12, oppure <<http://www.aib.it/aib/commiss/cnbp/unesco.htm>>).

<sup>24</sup> Cfr. RICCARDO RIDI, *Biblioteche vs Google? Una falsa contrapposizione*, "Biblioteche oggi", 22 (2004), 6, p. 3-5, oppure <<http://www.bibliotecheoggi.it/2004/20040600301.pdf>>.

<sup>25</sup> Alla fin fine, la massima personalizzazione non sarebbe forse quella di permettere a tutti i cittadini l'accesso ai servizi bibliotecari secondo le proprie disponibilità spazio-temporali, ovvero dove e quando i cittadini stessi effettivamente potrebbero e vorrebbero attingere a tali servizi? E non la si otterrebbe, quindi, soprattutto ampliando gli orari di apertura, moltiplicando le sedi e potenziando i servizi online?

### Abstract

*Personalization and standardization are not contradictories in library services; they are instead complementary aspects of a flexible and well-balanced organization. In the paper, this concept is applied to reference services and to cooperation among different typologies of libraries and among libraries and other agencies. The main message of the paper is that libraries, in their search to improve user satisfaction, must pay attention not to betray their mission, neglecting their fundamental role as intermediaries of information and documents.*