

se umane e finanziarie, formazione, coordinamento, promozione, metodi di valutazione, tempi di realizzazione ...).

L'indagine condotta sui servizi a distanza distingue tra metodologia di erogazione asincrona e sincrona e rileva un forte ritardo dell'Italia sulla seconda. Le motivazioni supposte riguardano: asperità tecnologiche (difficoltà di connessione e timore di funzionamento non costante della rete e della strumentazione relativa), costi della tecnologia, difficoltà a rivedere le tradizionali pratiche di lavoro, carenze professionali, limiti linguistici. In generale poi, grava sul reference digitale la scarsa diffusione di Internet nella società italiana, dimostrata da dati Istat e Censis.

Questa analisi del panorama italiano conferma all'autrice la convinzione che seppure il servizio remoto asincrono in Italia sia una realtà in sviluppo, si collochi ancora in uno stato sperimentale.

L'*excursus* sulla varietà tipologica dei servizi di reference possibili in digitale, supportata da esempi autorevoli, è occasione per rilanciare il valore della cooperazione quale modo per salvaguardare il diritto dell'utente alla soddisfazione delle proprie richieste, ma anche opportunità di apertura internazionale per i sistemi territoriali locali. Sull'onda delle suggestioni estere, prende vita un'interessante ipotesi di servizio cooperativo nazionale. Realizzando un simile progetto si preserverebbe l'identità culturale nazionale garantendo un servizio di effettiva qualità che supererebbe le problematiche linguistiche e si presterebbe a partecipare al *global network*.

L'autrice riconosce alla biblioteca pubblica italiana la possibilità di avere un ruolo importante nel *reference*. La capacità dei bibliotecari di organizzarsi anche cooperativamente per interagire con la comunità globale, proporre e recepire nuovi stimoli interdisciplinari (dalle scienze sociali e della comunicazione) può costituire un elemento di rigenerazione per la biblioteca pubblica nel contesto informativo attuale, di partecipazione sempre più attiva alla conversazione con la propria comunità e di affermazione del proprio ruolo nei servizi di informazione.

Francesca Papi
Cesena

Francesca Vannucchi. *Libro e Internet: editori, librerie, lettori online*. Milano: Editrice Bibliografica, c. 2008. 184 p. (I mestieri del libro; 24). ISBN 9788870756760. € 20,00.

Il volume di Francesca Vannucchi, docente di Sociologia della comunicazione culturale presso l'Università di Roma Tor Vergata, presenta le principali trasformazioni nel mondo dell'editoria e del libro determinate dalle nuove tecnologie e dalle numerose possibilità d'impiego della rete.

Il lavoro si compone di tre capitoli principali (*Editori di libri ed internet, La distribuzione del libro in rete, Le fonti per un'informazione libraria online*) accompagnati da una corposa bibliografia e da due appendici d'approfondimento riguardanti i dati statistici forniti dall'autrice.

Nel primo capitolo vengono descritti gli approcci, da parte delle case editrici, alle attività d'informazione e comunicazione attraverso Internet. Dalla fine degli anni Novanta le principali modalità di presenza delle aziende in rete sono l'*home page*, la vetrina, il negozio virtuale, ed infine il portale, sito che oltre a offrire prodotti e servizi si presenta come punto di riferimento all'interno di un gruppo di siti affini.

La vetrina e il negozio virtuale appaiono sin dall'inizio gli strumenti più utilizzati, tanto che nel 2007 solo il 6,4% delle case editrici è presente nel web con un'*home page*. Vengono poi illustrati le tipologie di prodotti e i servizi offerti nonché i formati più ricorrenti per i documenti digitali. A proposito della diffusione dell'*e-book* e delle novità nella

costruzione del testo che esso introduce, viene subito evidenziato come il nuovo prodotto e il libro cartaceo non siano concorrenti, neanche nella loro diffusione attraverso la rete: infatti entrambe le forme corrispondono alla necessità di differenziare e personalizzare l'offerta e il consumo librario. Il medesimo scopo è alla base dell'*editoria on demand* e del *self publishing* che approfittano delle soluzioni offerte dal canale internet per lavorare su nicchie di domanda altrimenti irraggiungibili.

Nel secondo capitolo viene esaminata la diffusione di Internet e del commercio elettronico librario in Italia, dove le reticenze culturali nei confronti dell'uso della rete per gli acquisti dei beni di consumo e i bassi investimenti da parte delle aziende in questo ramo commerciale hanno determinato una bassa incidenza degli acquisti librari *online* sul fatturato complessivo (solo lo 0,2% nel 2007). Dopo una breve presentazione delle più importanti realtà editoriali *online*, ovvero IBS, BOL, Zivago, che superano la dimensione di librerie elettroniche costituendo principalmente veicoli di comunicazione delle realtà editoriali, viene approfondito il fenomeno della diffusione dei *book-trailer*, brevi video multimediali, realizzati come *trailer* cinematografici con lo scopo di evocare le atmosfere di un libro ed incuriosire lo spettatore. L'uso di *booktrailer*, che in Italia vengono prodotti per la prima volta nel 2004 in occasione del concorso *Ciak si gira*, è attualmente considerato un nuovo modello di marketing librario che ricorre alla creazione di un prodotto per pubblicizzarne un altro, di cui diventa al tempo stesso un supporto ed un'estensione.

Il terzo capitolo del volume è uno strumento di ricerca sui principali repertori in rete dedicati all'editoria e a suoi eventi. Al suo interno è presente anche un breve riepilogo sugli opac e sui progetti di biblioteche digitali in Italia.

L'idea che la varietà dell'offerta e della presentazione dei contenuti non sacrifichi il ruolo del libro, ancora considerato principale veicolo di diffusione della cultura, rimane il filo conduttore del volume che propone l'immagine di un'editoria attenta ad usufruire di nuovi canali di distribuzione ampliando le possibilità di scelta del lettore. Particolarmente utili le due appendici conclusive che permettono approfondimenti sui temi trattati senza interrompere il fluire della lettura.

Fiorella Dai Pra'
Coop. Costruendo, Venezia

Catalogo degli incunaboli della Biblioteca della Pontificia Università Gregoriana, a cura di Miriam Viglione e Irene Pedretti; ideazione e realizzazione grafica di Antonio Calabrese; presentazione di Gianfranco Ghirlanda S.J. Roma: Homolegens, 2008. XXXV, 114 p., [24] c. di tav., ill. ISBN 978-88-95140-09-4. € 30,00.

Correva l'anno 1551 quando Ignazio di Loyola (1491-1556), fondatore della Compagnia di Gesù (1534), pensò bene di supplire alla carenza di scuole pubbliche nella capitale e provvedere ad una migliore formazione del clero attraverso l'istituzione di una Scuola di grammatica, d'umanità e di Dottrina cristiana, meglio nota come Collegio Romano. La Biblioteca della Pontificia Università Gregoriana nacque proprio con quel Collegio. Papa Paolo IV (1476-1559) fece assurgere l'istituto al rango di Università con facoltà di conferire gradi accademici in filosofia e teologia. Sotto Papa Gregorio XIII (1502-1585) l'istituto poté beneficiare di una sede più idonea ad ospitare gli oltre mille allievi iscritti; con il trasferimento nel 1584 del Collegio Romano e della sua Biblioteca nel nuovo edificio sulla Piazza del Collegio Romano ebbe vita l'Archiginnasio Gregoriano e Università Gregoriana.

Fin dai primi anni della sua esistenza, la biblioteca annessa al Collegio Romano poté vantare un patrimonio di tutto rispetto in virtù dei lasciti di importanti raccolte, tra cui