

loro posizione all'interno della notazione stessa; il suo utilizzo nel campo della gestione della conoscenza (*knowledge management*) all'interno di organizzazioni complesse.

Come ben conclude l'autore e come nel corso di tutto il testo egli ha cercato di dimostrare «lungi dall'essere una materia astratta e superata, la classificazione a faccette appare come uno strumento alquanto promettente, aperto a nuove e fruttuose utilizzazioni» (p. 40).

Silvia Bonfietti

*Biblioteca della Scuola di lingue moderne per interpreti e traduttori,
Università di Trieste*

Roberto Ventura. *La biblioteca al servizio dell'utente: customer satisfaction e strategie di management*. Milano: Editrice Bibliografica, 2004. 289 p. (Bibliografia e biblioteconomia; 72). ISBN 88-7075-617-3. € 20,00.

«Si dice che scrivere sia un atto terapeutico, che si intraprende quando la realtà non porge in modo compiuto i frutti sperati e un demone ci incalza» (p. 7).

La prima cosa che mi ha colpito del volume di Roberto Ventura è questa sua frase in apertura di prefazione, frase che credo si possa applicare a molti bibliotecari italiani – ai quali non mi sento estranea – spinti a scrivere di biblioteconomia in risposta ad una realtà spesso molto lontana dall'immagine ideale di biblioteca che ognuno coltiva dentro di sé; la scrittura è – o quanto meno potrebbe essere – un atto terapeutico della inevitabile schizofrenia che ciascuno di noi vive o ha vissuto in alcune fasi del proprio percorso professionale.

Ventura vede nell'applicazione delle teorie del *management* alle biblioteche e, soprattutto, nella riproposizione della assoluta centralità dell'utente la strada che le biblioteche devono percorrere per evitare il rischio – che talvolta è già realtà – dell'autoreferenzialità. È questa secondo Ventura la risposta a un contesto nel quale la biblioteca tende a non essere più considerata indispensabile dagli utenti, ma si configura come un'alternativa tra i diversi servizi documentari e bibliografici. A p. 123 Ventura così si esprime in proposito: «Non si vogliono evocare qui scontati quanto improbabili scenari di superamento del documento cartaceo come mezzo di trasmissione delle conoscenze [...], ma di perdita, da parte dell'ambiente, della percezione della biblioteca come luogo dell'informazione di comunità locale e regionale, dell'informazione istituzionale, dell'informazione specialistica, dell'affievolirsi dal punto di vista dell'immagine delle ragioni che storicamente hanno determinato la nascita della public library». Non sarà piuttosto che le biblioteche hanno perso o non hanno saputo acquisire la capacità di comunicare con i propri utenti? E che a volte anche gli approcci finalizzati al miglioramento dei servizi, come è appunto il *management*, rischiano l'autoreferenzialità e rendono la biblioteca ancora più incomprensibile e più lontana agli occhi del suo pubblico potenziale?

I bibliotecari sono chiamati dunque a tenere sempre gli occhi aperti, a non dare mai niente per scontato, a non accettare applicazioni di criteri manageriali banalizzanti e riduttive. E infatti Roberto Ventura dimostra più volte di sapersi sottrarre ad un atteggiamento fideistico nei confronti del *management* e delle sue teorie e di saper mantenere vivo lo spirito critico, essenziale in questi casi per trarre il meglio dalle ibridazioni cui la biblioteconomia va sempre più spesso incontro.

Da questo punto di vista, mi sembra significativo il fatto che l'autore non si stanchi di sottolineare l'importanza di un quadro teorico solido e la necessità di mantenere sempre chiare le finalità di una gestione manageriale e di un'attività di misurazione, che sono poi le finalità della biblioteca stessa: miglioramento e qualità dei servizi.

Anche nell'affrontare il tema della *customer satisfaction*, che egli ritiene la forma più alta di misurazione che può essere condotta in una biblioteca, è apprezzabile il fatto che

l'autore non dimentichi che i numeri di per se stessi non dicono nulla e che per poter suggerire delle chiavi interpretative della realtà devono essere relativizzati e contestualizzati. In particolare, merita di essere qui riproposta la riflessione che egli propone sui modelli di valutazione: «I modelli semplificano la realtà e ciò comporta delle conseguenze. Non tutti gli aspetti qualitativi della realtà potrebbero essere presi in considerazione dal modello, vuoi per inadempienza del teorico, vuoi per esigenze di sintesi finalizzata alla leggibilità del modello stesso, per cui modelli eccessivamente complessi (che rischiano di diventare complicati) risulterebbero di fatto inutilizzabili. Inoltre, un modello non potrà assumere una valenza deterministica, in quanto all'interno di una data teoria non è l'unico a poter essere codificato. [...] Chi costruisce modelli sa che nessuna costruzione simbolica è esaustiva e che eventi non previsti possono allontanare la realtà dalla sua rappresentazione» (p. 134).

L'importanza e, al contempo, il limite dei modelli sono perfettamente riconoscibili in uno dei paradossi che caratterizzano l'attività di misurazione della *customer satisfaction*, ossia l'inconciliabilità tra le esigenze di scala e di modellizzazione che le procedure di raccolta, elaborazione e valutazione dei dati richiedono e le necessità di personalizzazione che lo studio degli utenti e le nuove tendenze del *management* impongono.

Questo non inficia i presupposti sulla base dei quali vengono effettuate le indagini sulla soddisfazione degli utenti, in quanto, come ci fa notare l'autore: «a) pur essendo le misurazioni generalmente falsificabili, e dunque imperfette, è preferibile avere a portata di mano numeri che denotano una tendenza complessiva del servizio bibliotecario piuttosto che vivere nella inconsapevolezza di ciò che pensano le persone per le quali lavoriamo; b) il valore del rapporto tra aspettativa e grado di soddisfazione può essere espresso quantitativamente in modo preciso; c) interrogando gli individui di un campione sufficientemente rappresentativo, eventuali squilibri ed errori del sistema di misurazione tendono ad appianarsi, rendendo le caratteristiche del campione sempre più vicine alle caratteristiche dell'universo» (p. 217).

Alla conclusione della lettura del volume, ricco di spunti e di stimoli alla riflessione, si sente forse la mancanza di una più forte contestualizzazione dei contenuti descritti e discussi rispetto al contesto bibliotecario, in particolare a quello italiano, e si registra la limitata presenza di una riflessione sull'incidenza della componente umana interna, ossia del personale che lavora nelle biblioteche, rispetto alla qualità del servizio reso. Ma forse questi non sono tanto limiti del volume, bensì rigidità proprie dell'approccio manageriale, da cui difficilmente riesce a svincolarsi chi lo fa proprio.

Un ultimo appunto, infine: un apparato bibliografico a piè di pagina ad ampia copertura, ma un po' invecchiato e l'assenza di una bibliografia finale mal si conciliano con un lavoro serio, come quello che Roberto Ventura ci propone in questo volume.

Anna Galluzzi

Biblioteca del Senato "Giovanni Spadolini", Roma

Dalla domanda di lettura alla domanda di cultura: materiali per una discussione, a cura dell'Ufficio Studi dell'Associazione italiana editori. Milano: Arti grafiche Motta, 2004. 87 p.: ill. ISBN 88-85025-52-8.

Il volume *Dalla domanda di lettura alla domanda di cultura: materiali per una discussione*, a cura dell'Ufficio Studi dell'Associazione italiana editori, esce sotto forma di "libro bianco", mettendo in luce problemi ben conosciuti a quanti si occupano del libro dalla sua nascita fino all'approdo tra le mani del lettore. L'analisi parte dal settore dell'editoria esaminando ciò che si pubblica e ciò che si traduce in Italia; prosegue con la lettura (chi sono i lettori, per-