Identità= dati+servizi

Agnese Galeffi

Relazione presentata alla giornata *Oltre il polo. SBN in BeWeB*

Roma, 8 marzo 2018

Abstract

Analizzando la letteratura professionale più recente, sembra che il tema dei cataloghi collettivi abbia perso di interesse in questi ultimi anni di pari passo con la disponibilità di prodotti software sempre più evoluti. Tutti i sistemi di ricerca sono costituiti da dati e servizi (il motore di ricerca, l'algoritmo di ranking, l'interfaccia, gli add-on e altre funzionalità) ma acquistano fisonomia grazie alla specifica aggregazione di questi elementi. Un sistema di ricerca può essere efficacemente analizzato come se fosse un luogo, contraddistinto da una fisionomia specifica – i dati presenti – e da alcune caratterizzazioni – i servizi. Per alcune categorie di utenti, il luogo più adatto nel quale muoversi non è un paesaggio generalista ma un paesaggio con uno specifico orizzonte, dove strade e sentieri sono stati tracciati con cura. Nella questa ottica si può leggere la scelta (annunciata il 1 febbraio 2018) compiuta da Libraries and Archives Canada (LAC) di creare Voilà, una istanza canadese di Worldcat.

Dalle colonne del Journal of Academic librarianship Barbara Preece, Executive director del Boston library Consortia, scriveva nel 2001 iniziando il suo contributo dal titolo *Union and Virtual Catalogs in a Consortial environment*: "Consortia form in response to their members' needs. Some develop in response to the joint purchasing of resources, others began when their parent institutions called for unifying strategies to address library issues, and other responded to the call to maximize resources by creating catalogs that would serve as a tool for reference staff, collection development, retrospective conversion tool, and a method to expedite resource sharing."[1] Nell'ultimo paragrafo concludeva che "Each consortia has its own identity and organizational structure that impacts the decision including economics, issues of control, and, of course, determining what is best for the patron". Nell'opinione della Preece, i consorzi vengono creati per venire incontro ai bisogni dei loro membri, non dei loro utenti. Anche la frase di chiusura è un poco ambigua in tal senso, perché afferma che l'identità e la struttura organizzativa influiscono sulle decisioni relative a cosa sia meglio per gli utenti.

Una conferma di ciò sembra venire dai dati che si possono ricavare analizzando gli associati alla ICOLC, l'International Coalition of Library Consortia.[2] Nelle schede che descrivono ciascun consorzio afferente a questo gruppo – del tutto informale – sono infatti elencate anche le funzioni svolte a livello cooperativo. Nella maggioranza dei casi si tratta di funzioni di tipo amministrativo, finalizzate al risparmio economico (licenze per le risorse elettroniche) o alla condivisione di competenze (formazione) o allo svolgimento

[1] Preece (2001). Union and Virtual Catalogs in a Consortial environment. The Journal of Academic Librarianship, vol. 27, n. 6.
[2] http://icolc.net/

ottimale di servizi (prestito interbibliotecario). È ovvio che tutte queste attività hanno ultimamente come scopo quello di portare un beneficio agli utenti ma in maniera indiretta, ad esempio facendo in modo che i bibliotecari siano più preparati o che il prestito sia più veloce o meno costoso.

Storage facilities	13%
Cataloging services	19%
E-content loading/presentation	25%
Preservation	25%
Union lists/shared online catalogs	37%
Inter libraryloan/document delivery	43%
Collections sharing	49%
Training	61%
Electronic content licensing	87%

Tabella 1 Funzioni svolte dai 197 consorzi appartenenti alla ICOLC

È interessante notare che solo il 37 % dei consorzi dichiari di avere una qualche forma di catalogo condiviso. Analizzando la letteratura professionale più recente, sembra che il tema dei cataloghi collettivi abbia perso di interesse in questi ultimi anni di pari passo con la disponibilità di prodotti software sempre più evoluti. Restano insoluti o risolvibili tramite soluzioni tecniche i problemi derivanti dalla disomogeneità nel contenuto o nella struttura dati, o derivanti dalla loro diversa granularità.

Fatte salve alcune realtà di natura estremamente specialistica, si ritiene che gli utenti abbiano un miglior servizio se gli si mette a disposizione uno strumento che permetta di ricercare il patrimonio di più biblioteche o anche di istituzioni di natura diversa appartenenti al mondo dei beni culturali. In questo modo si risparmia loro la necessità di vagare da un contenitore ad un altro alla ricerca di quanto desiderato o il dover confrontare i risultati ottenuti da fonti diverse. Inoltre la disponibilità di una interfaccia unica, con vantaggi e svantaggi che ne derivano, contribuisce a instillare un senso – anche solo apparente – di uniformità. L'oggetto di questa presentazione verte proprio su questo tema: la personalizzazione degli strumenti di ricerca.

Vorrei accennare ad alcuni concetti non biblioteconomici che possono dimostrarsi utili ad illustrare alcune riflessioni sui temi della personalizzazione:

1. I grandi cataloghi sono contenitori indifferenziati che possono essere paragonati a *shopping mall* dell'informazione bibliografica. I centri commerciali possono essere luoghi comodi, dotati di parcheggi e altre *facilities* dove si può trovare un poco di tutto, negozi, cinema, ristoranti. Di solito questi esercizi appartengono a grandi catene che offrono prodotti standard e dove gli addetti alla vendita raramente conoscono o ri-conoscono i clienti. Il fenomeno degli *shopping mall* sta assistendo a un inesorabile declino (già avviato negli Stati Uniti e in Cina) causato dal cambiamento

nell'attitudine agli acquisti che vede una crescita degli acquisti online e – fattore molto interessante – dalla volontà di investire in esperienze, più che in cose.

A cosa porta questo primo esempio. Ci sono dei bisogni che non possono venire soddisfatti da grandi contesti indifferenziati: si tratta di necessità di tipo artigianali (avere un prodotto creato ad hoc) o sartoriali (avere un prodotto tagliato secondo le proprie esigenze) oppure di tipo emotivo.

2. Sempre dal mondo dell'economia vorrei prendere in prestito il concetto di *Supply chain differentiation* (SCD),[3] ossia della possibilità di personalizzare il processo di fornitura. La *Supply chain differentiation* presenta tre fattori di difficoltà:
    - interconnessione tra utenti/caratteristiche delle loro richieste e catena decisionale. È necessario ottenere prodotti e servizi che siano personalizzati e di alta qualità nei limiti dell'efficienza. Per far ciò, l'industria crea singoli moduli che, assemblati secondo le diverse richieste, generano un prodotto finale variabile secondo le diverse combinazioni;
    - trovare il giusto bilanciamento nella produzione tra standardizzazione e personalizzazione;
    - gestire la differenziazione decisionale.

Tornando al mondo dei beni culturali, una strada per offrire una migliore esperienza di ricerca, scoperta e fruizione può essere quella della personalizzazione dei dati descrittivi, attività sicuramente costosa e impegnativa, prima di poter avere un impatto significativo rispetto alla quantità di informazioni generalmente esistenti in un sistema di ricerca.

Se la personalizzazione del singolo prodotto, ossia del dato, è troppo complessa o costosa, un'alternativa può essere offerta dalla personalizzazione del contesto di fruizione. Si può leggere in questa ottica la recentissima scelta[4] (datata 1 febbraio 2018) fatta da *Libraries and Archives Canada* (LAC), al momento di cambiare software, di creare Voilà, una istanza canadese di Worldcat.

Un sistema di ricerca può essere paragonato ad un luogo, contraddistinto quindi da una fisionomia specifica – i dati presenti – e da alcune caratterizzazioni – i servizi. Tutti i sistemi sono sostanzialmente costituiti da dati e servizi ma è la loro specifica aggregazione che caratterizza i sistemi di ricerca e, quindi, l'istituzione, la rete o il consorzio che li gestiscono. Anche il singolo dato descrittivo (un nome, un numero) in sé è aspecifico mentre è un'aggregazione di dati a creare senso e a dare fisionomia alla descrizione di un ente, un soggetto, un edificio, un libro. Allo stesso modo, un insieme di dati in sé non identifica l'istituzione che li ha creati e messi a disposizione dell'utente. E se anche così fosse, i sistemi di ricerca non permettono di avere una visione unificante di questo patrimonio. L'utente non riesce mai a percepire dalla visione delle singole tessere del mosaico – i dati – l'immagine che l'insieme di questi dovrebbero dare (la fisionomia delle raccolte).

---

[3] Hofmann e Knébel (2016). Supply Chain Differentiation. Journal of Service Science and Management, vol. 9, n. 2. Cecere e Chase (2012). Bricks Matter: The Role of Supply Chains in Building Market-Driven Differentiation. Wiley.

[4] http://www.bac-lac.gc.ca/eng/news/Pages/2018/voila-nuc.aspx

Problemi analoghi ai nostri sistemi di ricerca li hanno i *Community Information portal* che forniscono una "intersection between community services providers, people, and information and communication technologies". "Community, as it is applied in this context, focuses on the values and interests that citizens and organisations enjoy through interaction in their locales and the utility that is obtained by organising resources in the interest of community members (Longford et al., 2012; Nicolini, 2013). While traditionally communities have been defined by geographical proximity, since the advent of the internet, social interaction, commonality and shared rules of inclusion and exclusion are seen as more predominate boundaries than location, especially as many communities may now form virtually (Nicolini, 2013)."[5]

Vi sono due criteri di valutazione dei *CI portal,* che valgono anche per i *library portal*: l'utilità e l'usabilità. Inoltre, entrambe le tipologie di portali forniscono, oltre alle informazioni, anche servizi e supporto. "Portals operate as hubs for the aggregation of information and often provide interfaces for others to add new information to the service".[6] Ancora dall'esperienza dei *CI portal*: "CI needs to support a largely unknown but anticipated audience; it needs to present the widest possible range of community services that it can; it needs to be up-to-date and accessible; and, it needs to be available in formats that can be read, search and acted on (Cowan et al., 1998)."[7] La vera sfida dei *CI portal* non è la mancanza di informazioni ma la necessità di migliorare la mediazione tra i servizi e le persone che devono utilizzarli e fidelizzarsi.

Lo stesso può dirsi dei sistemi di ricerca dei beni culturali: il problema non è più la mancanza di dati, semmai la loro qualità e, di conseguenza, il contesto nel quale si trova chi inizia una ricerca o la modalità di movimento-navigazione tra i dati, una volta che si sono ottenuti dei risultati. La difficoltà sta nel creare degli ambienti che abbiano fisionomie identificanti ma che offrano funzioni riconoscibili e standard. Comandi che parlino il linguaggio che possiamo supporre sia comprensibile dall'utenza. Sistemi di ricerca che siano non solo strumenti ma veri e propri luoghi nei quali siano accessibili servizi adattati al contesto o sviluppati ad hoc.

"goods [...] derive their value through use the service they provide"[8]

[5] Hider, Given e Scifleet (2014). Community information portals: content and design issues for information access. Library Hi Tech, vol. 32, n. 3.
[6] Chaffey (2009). E-Business and E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice. 4th ed. Prentice Hall.
[7] Hider, Given e Scifleet (2014).
[8] Hofmann e Knébel (2016).