

pia necesidad del usuario, la traducen en una ecuación de búsqueda en distintos motores y analizan los resultados para ordenarlos de acuerdo con un criterio de relevancia útil. Son ejemplo de estos servicios *HumanSearch* (gratuito) o *KimSal*.

<http://www.humansearch.com>

<http://www.kimsal.com/search/>

Por último, prácticamente todos los sistemas comentados limitan sus

búsquedas al web. Pero en internet existen otros muchos recursos, y para encontrar algo en ellos están los buscadores especializados. Así, *Tile* es un buscador de listas o foros (*e-lists*) y grupos de noticias (*newsgroups*), y lo mismo ocurre con *Topica*. También es posible llevar a cabo consultas en FAQs.



<http://www.topica.com>

<http://tile.net>

<http://www.faqs.org>

Este campo está en constante evolución, y un lugar de referencia para aprender permanentemente sobre el tema es *Search engine watch*.

<http://www.searchenginewatch.com>

Alfons Cornella

El rol del infonomista

ES OBVIO QUE EN UNA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN en la que tanto ésta como el conocimiento se constituyen en activos fundamentales, las perspectivas profesionales del gestor de información, o infonomista, son muy variadas. Mientras que la información ha sido considerada sólo como apoyo en la realización de las tareas de la organización, el profesional se ha visto a menudo limitado a su conservación (catalogación y almacenamiento).

Su formación inicial puede ser muy diversa: hay ingenieros, médicos, abogados, periodistas, etc., que ejercen ahora de gestores de la información, en alguna de sus facetas, en sociedades y organizaciones de todo tipo. Todos ellos disponen de conocimientos concretos en una disciplina que complementan con una preparación suplementaria en la materia. De hecho, el mundo al que vamos es uno en el que todos seremos gestores de información —será un componente esencial de cualquier trabajo y deberemos aprender a manejarla de forma eficiente—. De cualquier forma, seguirán precisándose expertos que se dediquen íntegramente a esta clase de tareas, que estén al día de los nuevos de-

sarrollos y que aporten métodos más eficaces de extraer valor de ese recurso.

En este contexto, entre los nuevos perfiles posibles de un infonomista se pueden citar los siguientes:

— Vehiculador de información externa: las empresas deben dotarse de un mecanismo sistemático para la obtención de datos sobre su entorno. El gestor debe responsabilizarse de la realización de la auditoría de la información y localizar las fuentes que garanticen aquella de carácter crítico, lo que conlleva que entienda bien en qué organización se encuentra y cómo se genera valor en ella (comprender su modelo de negocio). Y, más aún, en este punto pueden

tomar un rol proactivo más que reactivo filtrando toda la que más se adecua a los objetivos de la organización y que utilice los recursos para encontrar la más relevante según los perfiles de los demás miembros. Su rol va, pues, más allá de una mera localización: debe descubrirla y filtrarla para asegurar tanto su calidad como su adecuación a las metas fijadas.

— Editor: toda la información localizada en el exterior puede ser potencialmente relevante, pero sólo

lo lo será realmente si está presentada de la manera adecuada al receptor, con el formato apropiado y de acuerdo con las limitaciones del usuario (por ejemplo, el tiempo del que dispone para asimilarla). Es decir, hay que adaptarla a las condiciones en las cuales va a ser utilizada, y debe ser, pues, editada para garantizar su utilidad y usabilidad, lo que conlleva un conjunto importante de acciones, más o menos amplio, según la cantidad y calidad de la edición que se quiera hacer.

«La rentabilización de la inversión en nuevas tecnologías pasa por el establecimiento de una cultura de la información en la empresa»

— Organizador de la información interna: la tarea anterior culmina con las de almacenamiento, protección —garantizar que el documento generado perdura, de manera que el tiempo invertido en la localización y edición genera un rendimiento— y difusión activa —o acceso asegurado, en su caso—. Aquí la función del gestor es aprovechar las posibilidades de las tecnologías de la información para ello y, en este sentido, elaborar un

mapa de recursos en el que se indiquen cuáles son los activos y cuál su valor. Puede actuar también como arquitecto de la información quien tiene el rol de:

- a. Definir el objetivo del sistema.
- b. Determinar qué contenidos deben incluirse.
- c. Idear y especificar los mecanismos de organización y búsqueda.
- d. Diseñar una política clara — con su correspondiente plan— sobre el mantenimiento, actualización y crecimiento del modelo.

«Toda la información localizada en el exterior puede ser potencialmente relevante, pero sólo lo será realmente si está presentada de la manera adecuada»

Puede empezar siendo el administrador del web de la organización (webmaster), pero más allá de la simple gestión del espacio, su preocupación principal debe ser optimizar la utilidad y facilidad de uso de la información presentada. Entre sus funciones también estará la construcción, alimentación y estimulación de la propia intranet.

— Dinamizador de la cultura informacional: la rentabilización de la inversión en nuevas tecnologías pasa por el establecimiento de una cultura de la información en la empresa. Y debe llevar a cabo este proceso entre sus compañeros el propio gestor: dar a conocer las fuentes, formar en su utilización, descubrir cómo se pueden aplicar en la resolución de problemas o en la toma de decisiones, etc. Se trata de que se use al máximo la información existente, consolidar su valor y no tan sólo aleccionar a los empleados, sino difundir la idea de que es un recurso a aprovechar. Una buena forma de hacerlo con-

siste en documentar aquellas ocasiones en las que se ha demostrado que los datos que se han facilitado han sido de utilidad, han generado valor. En este sentido, no hay mejor promoción que los comentarios de usuarios agradecidos.

«La gestión del conocimiento es 20% tecnología, y 80% cambio cultura»

— Gestor del conocimiento: debe diseñar mecanismos (una intranet, directorios, bases de datos, videoconferencias, guías, sistemas de trabajo en grupo) o procesos (ferias del conocimiento, espacios de intercambio, etc.) para facilitar su intercambio y tiene que estar al día de los sistemas de compensación por la contribución de conocimientos a la organización (un ejemplo es el producto *Beehive*). Sus funciones están tanto relacionadas con la creación de un entorno social que facilite su desarrollo e intercambio (concebir nuevos mercados para la conversación inteligente), como con la aplicación de las últimas tecnologías (herramientas para la mejor captura, codificación, y compartición de información). Su visión ha de ser la de un estratega capaz de ver las posibilidades de una gestión inteligente del conocimiento como motor de transformación de la organización. Como algún *CKO* (*Chief knowledge officer*) recuerda: “la gestión del conocimiento es 20% tecnología y 80% cambio cultural”.

<http://www.abuzz.com>

— Gestor del capital intelectual: si este concepto es tan importante en la nueva organización, alguien tiene que tramitarlo correctamente. Primero hay que empezar por evaluarlo, por determinar su importancia a través de una auditoría, y el profesional de la información puede actuar como su auditor. Para ello tendrá, quizá, que definir

El profesional de la información está abierto a todos los bibliotecarios, documentalistas y profesionales de la información, así como a las empresas y organizaciones del sector para que puedan exponer sus noticias, productos, servicios, experiencias y opiniones.

Dirigir todas las colaboraciones para publicar a:

El profesional de la información

Apartado 32.280

08080 Barcelona

Fax: +34-934 250 029

epi@sarenet.es

sus propios indicadores, su métrica de capital intelectual adaptada a las características de la empresa. Después hay que buscar formas de sacarle rendimiento, de fortalecer su valor. Una parte de su trabajo puede consistir también en preservarlo, en asegurar que no se escapa de la institución (por ejemplo, que los secretos comerciales estén a salvo) convirtiéndose, por lo tanto, también en su conservador.

Todas estas funciones le exigen disponer de un prestigio en la organización, derivado, posiblemente, de la eficacia demostrada día a día. Su actividad está muy ligada a la confianza que tenga la gente en sus habilidades. Un infonomista debe aportar valor a la empresa en la que trabaja y estar siempre dispuesto a aprender, porque éste es, afortunadamente, un campo en constante cambio.

Alfons Cornella