

Necesidades de las bibliotecas desde el punto de vista de un proveedor de información: *ProQuest*

Por Martin Marlow

EN CASI TODOS LOS PAÍSES del mundo existen asociaciones y consorcios de bibliotecas médicas, empresariales, académicas y públicas. En España, éste es un hecho claramente visible y ya desde hace años los consorcios negocian licencias para acceder a las publicaciones electrónicas,

bases de datos y otros tipos de contenido demandados por sus usuarios.

Como proveedor de información electrónica para bibliotecas, *ProQuest* ha mantenido relaciones comerciales con los principales consorcios del mundo con el fin de

iniciar proyectos editoriales para ofrecer el contenido que necesitan y demandan investigadores, estudiantes y profesionales de la información.

ProQuest Information and Learning inició su actividad comercial en 1938 con el nombre de *UMI*

basándose en la recopilación, organización y distribución de información de valor añadido para investigadores, profesores y estudiantes en bibliotecas, universidades públicas y escuelas. La empresa tiene la misión de proporcionar, de una manera asequible, información académica y de investigación utilizando la mejor tecnología disponible.

En 1992 se empezaron a crear productos de información en formato electrónico, utilizando en primer lugar el cd-rom para después lanzar su servicio online en internet. Hoy en día nuestros servidores albergan 5,5 billones de páginas electrónicas y nuestros usuarios han llegado a visualizar en un día alrededor de 2,5 millones de páginas de texto.

Aumenta la necesidad de crear consorcios

A medida que evoluciona la tecnología, las bibliotecas continúan afrontando retos, nuevas demandas y necesidades por parte de sus usuarios. Encontramos muchos motivos que están empujando a la industria de la información hacia la creación y desarrollo de consorcios:

—Reducción paulatina de presupuestos. La necesidad de “más por menos” y servicios de valor añadido.

—Los rápidos cambios tecnológicos. La tecnología es, cada vez más, un factor fundamental en los procesos de decisión de compra y la tarea de selección implica una comparativa detallada de las propuestas tecnológicas, además de los contenidos.

—Las iniciativas y actividades editoriales de acceso libre o gratuito “open access”. La creciente presencia de proyectos, sistemas y publicaciones de acceso libre está afectando a las bibliotecas. La velocidad con la que se desarrollará esta área en el mercado, y las direc-

ciones que tomará, aún se desconocen en gran medida y queda mucho por debatir, pero representarán tanto una oportunidad como un reto para los consorcios y editores electrónicos, que deberán equilibrar sus acuerdos editoriales con la creación y aportación de resúmenes, índices e indexaciones para este cada vez más popular y creciente volumen de información online.

—Los “depósitos” documentales institucionales online. Están convirtiéndose rápidamente en grandes medios de almacenamiento y difusión de la información para una amplia variedad de disciplinas de investigación. El ritmo de crecimiento y los permisos de acceso pueden variar, pero es evidente que se convertirán en aspectos importantes y exigirán unas aptitudes y una inversión significativa por parte de la biblioteca para una buena gestión, bien individualmente o dentro de un consorcio de bibliotecas.

—Las estadísticas de uso detalladas, con el fin de evaluar no sólo el contenido, sino todos los servicios disponibles para el consorcio.

—Los nuevos tipos de recursos electrónicos.

Evolucionan las necesidades del usuario final

Se ha hablado mucho de las altas expectativas de la “google generation”, que espera obtener los resultados inmediatamente y en texto completo.

También se identifican como necesidades de los usuarios finales:

—Un diseño y funcionalidad del sistema sofisticado pero a la vez sencillo.

—Interfaces de búsqueda intuitivas y fáciles de utilizar, así como vínculos sin errores.

—Recuperación inmediata de texto completo, independientemente de la ubicación.

—Capacidad para acceder a colecciones multidisciplinares pero relevantes, que incluyan publicaciones clave.

—Sistemas que puedan gestionar fácilmente todos los formatos (incluyendo texto completo, índices y contenido multimedia). Para los usuarios finales, la búsqueda de un e-journal requiere demasiado tiempo, es pesado y frustrante.

—Más contenidos locales, especialmente en los mercados de habla no inglesa.

«Hoy en día nuestros servidores albergan 5,5 billones de páginas electrónicas y nuestros usuarios han llegado a visualizar en un día alrededor de 2,5 millones de páginas de texto»

El reto de los consorcios y proveedores a la hora de satisfacer estas necesidades del usuario final reside en ofrecer unas fuentes adecuadas (es decir, fiables y de alta calidad) a los clientes; conseguir que los utilicen de forma eficaz y reunir tantos recursos como sea posible para proporcionar puntos de enlace a otros.

¿Cómo pueden afrontar estos retos los editores electrónicos?

Los editores electrónicos se están enfrentando a los retos de los consorcios y sus usuarios finales de diversos formas:

—Centrándose en enlazar e integrar el contenido a base de flujos de trabajo de consultas. Ofreciendo resoluciones de enlaces “link solvers” y colaborando estrechamente con terceros para satisfacer

la demanda de los usuarios finales de la “netgen” (generación de internet). *ProQuest* utiliza vocabulario controlado e índices de alta calidad para garantizar el acceso del usuario a la información adecuada, en contexto, en lugar de la “infosoup” (sobrecarga informativa) que ofrecen los motores de búsqueda generales.

—Editando bases de datos con índices y abstracts de alta calidad que siguen siendo vitales para las búsquedas avanzadas. Muchos usuarios avanzados utilizan las herramientas anteriores para enlazar con otros recursos, pero utilizan *DOIs*, *OpenURL* para enlazar con webs de acceso libre o con otros editores. Las bases de datos de índices y abstracts siguen siendo, por lo tanto, vitales para garantizar que se proporciona el acceso a los recursos más apropiados.

—Los editores deben colaborar con los mejores editores tanto de “open access”, como de e-journals o publicaciones impresas para poner su contenido a disposición de usuarios finales de todo el mundo.

—*Commons* es la oferta de depósito documental institucional de *ProQuest*. Utilizando la tecnología de *Bepress* (*Berkeley Electronic Press*), ofrece a las instituciones y organizaciones un conjunto de herramientas personalizadas que hacen posible editar rápida y fácilmente material para la audiencia internacional. Con este servicio, que cumple los estándares *OAI*, los consorcios pueden disponer de una amplia variedad de tipos de publicación, incluyendo actas de conferencias y congresos, pre-impresiones y post-impresiones, capítulos de libros, publicaciones periódicas, presentaciones, informes, monografías, archivos de vídeo, conjuntos de datos y ejecutables, además de otra literatura gris. Permite la edición, preservación y difusión de la producción intelectual de una universidad, un consorcio o una organización especializada en cualquier disciplina.

—Trabajando en el desarrollo de estándares de tecnología, como *Counter* (para estadísticas de usuarios) o *SRU/W* (para búsquedas simultáneas).

—Desarrollando libros electrónicos, cursos de e-learning y nuevos tipos de contenido. *ProQuest* ya cuenta con un amplio abanico de estos contenidos, colecciones especializadas de *Chadwyck-Healey*, libros electrónicos, como es el caso de *Safari TechBooks Online*, cursos online como *XanEDU*, tesis doctorales como *Digital Dissertations* y digitalización de materiales únicos.

Papel de los editores electrónicos en el futuro

El papel de los agregadores y editores electrónicos tales como *ProQuest* ha cambiado poco en esencia. Lo que ha evolucionado ha sido la necesidad de satisfacer las necesidades de los consorcios a través de mejoras en la interfaz, adaptaciones al idioma local, formación localizada y personalizada, acceso a una amplia variedad de usuarios e información cubriendo diferentes materias y formatos.

Martin Marlow, director of Strategic Marketing, *ProQuest Information and Learning*.

Martin.Marlow@proquest.co.uk