

REVISTA  
DE PRENSA



Seleccionan:

J. CARLOS FERNÁNDEZ MOLINA  
MERCEDES DE LA MONEDA CORROCHANO  
JOSEFINA VÍLCHEZ PARDO

AZPILLAGA, P.; MIGUEL, J. C. de; ZALLO, R. Los parques culturales en Europa. *Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, (41), 1995, 29-44.

En la dinámica real la cultura está convirtiéndose en un ámbito cada vez más definido comercialmente. Ante ello la acción pública ha adoptado, tradicionalmente, una actitud eminentemente defensiva, definiendo unos modelos de actuación que se muestran crecientemente incapaces para mantener un espacio cultural satisfactorio. Pero una larga serie de experiencias internacionales busca fomentar la integración del sector cultural en la economía local y regional. Este trabajo analiza la aplicación del modelo tecnopolar para promover y utilizar el desarrollo de las industrias culturales en los entornos local y regional. Para ello se estudian las experiencias del Cultural Industries Quarter de Sheffield, el MPK -Media Park- de Colonia, el ZMK -Zentrum für Kunst und Medientechnologie- de Karlsruhe, el Filmhaus de Hamburgo, la Ciudad de las Artes y la Tecnología de Aubervilliers, el parque temático Futuroscope de Poitiers, y el polo tecnológico Antenna de Montpellier.

BYSTROM, K.; JARVELIN, K. Task complexity affects information seeking and use. *Information Processing and Management*, 31(2), 1995, 191-213.

La búsqueda de información por parte de una persona depende de sus tareas o trabajos y de los problemas encontrados al llevarlos a cabo. Las relaciones entre los tipos de trabajo y las características de búsqueda de información han sido analizadas a través de cuestionarios después de realizada la tarea más que durante su ejecución. En este artículo se analizan las relaciones de complejidad de la tarea, tipos de información necesaria, canales de información y fuentes sobre la base de una investigación cualitativa. Los datos se obtuvieron en un contexto de administración pública a través de diarios, que se escribían durante la realización de la tarea, y cuestionarios. Los resultados se estructuraron en gráficas de trabajo para cada tarea y se resumieron en tablas descriptivas del proceso cualitativo para cada categoría de complejidad de tarea y, además, a partir de ellos se calcularon diversos índices cuantitativos. Las conclusiones ponen de manifiesto que hay relaciones sistemáticas y lógicas entre complejidad de tarea, tipos de información, canales de información y fuentes.

COMBEROUSSE, M. Les nouvelles technologies au service de la littérature grise. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 40(2), 1995, 51-53.

Las especiales características de la literatura gris la hacen especialmente idónea para la aplicación de las nuevas tecnologías, permitiendo mejorar notablemente el acceso y recuperación de dicha información. En Francia existe el programa Griseli, sistema de información que se basa en una red encargada de la recogida de la literatura gris y la consiguiente realización de una base de datos local y la transferencia electrónica. Esta red utiliza la norma SGML (Standard

Generalized Markup Language) para la creación, modificación, consulta y comunicación de los documentos. Para acelerar el proceso de distribución de los documentos se ha adaptado la distribución electrónica mediante dos procedimientos: por fax, o mejor haciéndolos accesibles por Internet, una vez que los documentos se han almacenado en servidores WWW. Los productores de la información pueden, por razones comerciales, tomar la decisión de cargar únicamente una parte de los documentos.

DIMICK, B. Marketing youth services. *Library Trends*, 43(3), 1995, 463-477.

Una gestión orientada al mercado implica una investigación de los segmentos de población, la determinación de sus necesidades, así como el desarrollo de programas y servicios que satisfagan a los usuarios. El papel del marketing es ayudar a la organización a conseguir los objetivos mediante el diseño de estrategias enfocadas a los usuarios y no a la organización. El marketing mix –producto, precio, distribución y promoción– puede aplicarse a las bibliotecas para jóvenes, resultando un elemento de gran utilidad para analizar la efectividad de los servicios ofrecidos. Como miembros de un equipo, los profesionales de los servicios de bibliotecas para jóvenes y niños son una parte integral del proceso de planificación que fija los objetivos de la biblioteca y las estrategias de marketing para conseguirlos, y pueden causar un efecto positivo en el afianzamiento de la biblioteca dentro de la comunidad poniendo las bases para conseguir futuros usuarios de la biblioteca.

DIMITROFF, A.; WOLFRAM, D. Searcher response in a hypertext-based bibliographic information retrieval system. *Journal of the American Society for Information Science*, 46(1), 1995, 22-29.

Se examinan el comportamiento del usuario y su respuesta afectiva a un sistema de recuperación de información bibliográfica basado en el hipertexto, denominado HyperLynx, para usuarios con diferentes conocimientos y experiencia de búsqueda. Se registran los tiempos de búsqueda y el número de nodos visitados para cinco enunciados de búsqueda concretos, además de la opinión acerca del sistema para cada usuario. No se encontraron diferencias significativas en los tiempos de búsqueda o en la satisfacción del usuario con el sistema, lo que indica que un enfoque basado en el hipertexto para la recuperación bibliográfica podría ser apropiado para muy diversos niveles de experiencia del usuario.

DO AMARAL, S. A. Library services for social development: some considerations. *IFLA Journal*, 21(1), 1995, 19-25.

En la actualidad la información es un factor fundamental en el desarrollo de la sociedad, adquiriendo un perfil político cada vez más intenso. En este contexto la transferencia de información se convierte en una mercancía, y como tal, se puede vender de acuerdo con la ley de oferta y demanda que rige la comercialización de cualquier producto. En los países del Tercer Mundo el uso de tecnología en los servicios bibliotecarios está en relación con el nivel de desarrollo y con factores de índole social, económico y político de cada país. Estos mismos factores no son fáciles de salvar en un estado de dependencia tecnológica que afecta a las naciones menos favorecidas. Además, los servicios bibliotecarios, especialmente en América Latina, son muy elitistas, satisfacen exclusivamente a un pequeño segmento de población y

están poco valorados por la administración pública, siendo necesario que se dediquen a la diseminación de la riqueza potencial del conocimiento que albergan. Las políticas nacionales de información deben combinar la industria de la información y la transferencia de la misma como una forma de producir el conocimiento necesario para desarrollar el bienestar social de la nación. La responsabilidad de los bibliotecarios es convertirse en agentes de cambio social capaces de gestionar los recursos de información y asegurando el progreso científico y tecnológico.

DUMONT, R. La mise en réseau local des ressources sur disque optique: une premier défrichage. *Documentation et Bibliothèques*, 41(1), 1995, 13-20.

La instalación en red de los recursos en disco óptico (RDO) es cada vez más demandada y valorada por las bibliotecas. Habitualmente las bibliotecas acometen esta empresa en colaboración con personal de los servicios informáticos. El autor define el bagaje mínimo de conocimientos que los bibliotecarios necesitan tener para llevar a buen término la citada colaboración, destacando: nociones básicas de microinformática y disco óptico, nociones básicas sobre redes locales y sus componentes, los requerimientos para la implantación de estos sistemas, sus ventajas e inconvenientes, las opciones disponibles y, finalmente, los criterios para la selección y evaluación de los productos.

HOBOHM, H. C. Entering the new market place: on the role of traditional social science information providers within the Internet Community. *IFLA Journal*, 21(1), 1995, 26-30.

El objetivo del artículo es hacer algunas reflexiones basadas en la experiencia práctica de la implementación del servidor nacional de información en ciencias sociales de Internet. Señala que los trabajos tradicionales no se han visto reemplazados y que, en un momento de restricciones en los recursos, supone una tarea añadida. La consideración de Internet como una nueva herramienta de información lleva a establecer un nuevo paradigma de información en el que el proceso de búsqueda es bidireccional. La participación de Internet como un proveedor de información tiene consecuencias que pueden alterar profundamente a la biblioteca y el negocio de la información. Cuando se planifica la entrada en el nuevo mercado, es necesario analizar cuidadosamente la situación, objetivos, posibilidades, recursos y el impacto económico, buscando siempre el control de calidad y la relevancia de la información.

JACSO, P. Mimicry software: a new option for electronic delivery and transfer. *Online*, 19(2), 1995, 74-81.

El principal problema en la distribución electrónica de documentos, a partir de procesadores de textos y los distintos softwares comerciales, es que el receptor no siempre puede recuperar el documento tal y como fue creado, ya que frecuentemente se pierde el formato original y a veces incluso parte de los contenidos. La causa estriba fundamentalmente en la diferencia de hardwares, sistemas operativos y aplicaciones. La solución a estos problemas es ofertada por una nueva categoría de programas etiquetados como "mimicry software", cuya misión es conservar el aspecto y el sentido del documento original, en condiciones diferentes a las de su creación. Algunas de estas aplicaciones posibilitan además otras manipulaciones del documento, búsqueda hipertextual, etc. El autor analiza los cuatro programas que hay actualmente en el mercado.

KLOBAS, J. E. Beyond information quality: fitness for purpose and electronic information resource use. *Journal of Information Science*, 21(2), 1995, 95-114.

La exactitud, actualidad, relevancia y facilidad de uso de los recursos de información electrónica pueden ser medidos para propiciar una indicación de su "calidad de producto". Sin embargo, la conexión entre calidad de producto y el uso del recurso de información electrónica es relativamente débil. Esto se debe a que la calidad de producto es sólo una de las diversas influencias sobre el uso. El uso se explica mejor como una función de "idoneidad para el objetivo": el grado en que el recurso informativo es de la calidad apropiada para la situación en la que va a ser utilizado. Las percepciones de los usuarios potenciales acerca de la idoneidad para el objetivo se forman por el grado en que creen que utilizar el recurso les beneficiará. Se comparan varios modelos explicatorios del uso de Internet, incluyendo el "Technology Assessment Model" y la "Theory of Planned Behaviour".

O'KEEFE, S. Buy the book. *Internet World*, 6(6), 1995, 58-64.

Hay más de 300 librerías, accesibles vía INTERNET. En principio, el software de presentación de sus productos es similar: una primera página de presentación, hipertexto y una base de datos con las obras, pero el estudio del sector y de las necesidades de los usuarios ha llevado a introducir cambios y ofertar nuevos productos. El artículo revisa la oferta de 8 importantes librerías, teniendo en cuenta la exhaustividad, pertinencia, información aportada para cada título, mecanismos de búsqueda, simplicidad y facilidad en la navegación, facilidad para ejecutar los pedidos y la facturación, etc. Se analizan los servicios de Bookport, Book Stacks Unlimited, Computer Literacy, Intertain Com, The Online bookstore, Powell's Technical Books, Titlenet y Uci Bookstore.

SCHWUCHOW, W. Measuring the 'information market(s)': a personal experience. *Journal of Information Science*, 21(2), 1995, 123-132.

Este artículo se centra sobre algunos de los problemas metodológicos fundamentales: ¿cómo definir "mercados de información"? ¿cuáles son las "unidades estadísticas" adecuadas para medir las actividades en esos mercados? ¿cómo tratar estas unidades y medir sus actividades (metodologías de estudio, problemas de identificación de poblaciones estadísticas, indicadores estadísticos, etc.)? ¿cómo presentar las conclusiones de los resultados de los estudios? ¿cómo organizar estudios de mercado de servicios de información en diferentes países (con resultados comparables de país a país)? ¿cómo transmitir los resultados de los estudios del mercado a las personas adecuadas en el momento apropiado?

SNYDER, H.; CRONIN, B.; DAVENPORT, E. What's the use of citation? Citation analysis as a literature topic in selected disciplines of the social sciences. *Journal of Information Science*, 21(2), 1995, 75-85.

Se pretende investigar el lugar y papel del análisis de citas tanto en Documentación como en otras disciplinas. Mediante el examen de la bibliografía de investigación de tales disciplinas se intenta: determinar qué proporción está dedicada al análisis de citas, desarrollar una tipología inductiva para categorizar los principales focos de investigación llevada a cabo bajo la rúbrica

de análisis de citas, y el uso de la tipología para determinar cómo se aplica el análisis de citas en Documentación y en las otras disciplinas. El análisis de los datos de un ejemplo de diez años de bibliografía de ciencias sociales transdisciplinares sugiere que hay dos áreas de aplicación que predominan: la validez de las citas como instrumento de evaluación y los estudios de impacto o rendimiento de autores, revistas e instituciones.

Les SYSTEMES d'information dans le monde politique. *Archimag: les technologies de l'information*, (83), 1995, 21-29.

Informe sobre los sistemas de información de los partidos e instituciones políticas francesas, elaborado por la redacción de la revista. En la Asamblea Nacional la principal fuente de información para los diputados es el Servicio de Estudios y Documentación organizado en tres secciones: económica, jurídica y social/cultural, con un total de 5.000 informes. Igualmente cuentan con servicio de archivo, biblioteca y bases de datos. Por su parte el Senado desarrolla las actividades de información a través del Servicio de Informática y Desarrollo Tecnológico, donde trabajan más de 25 personas, gestionando 70 bases de datos. En l'Elysée un grupo de documentalistas desarrolla su actividad al servicio del Presidente de la República, contando con numerosas bases de datos internas, de agencias de prensa, legislativas y una biblioteca con más de 7.000 obras. De igual modo se analizan los archivos de Ressemblément pour la République, l'Institut Charles de Gaulle, Parti Communiste Français, Parti Socialiste français, Office Universitaire de Recherche Socialiste, Documentation Française, etc.

WEINGAND, D. E. Preparing the new millennium: the case for using marketing strategies. *Library Trends*, 43(3), 1995, 295-317.

Se presenta la idoneidad del marketing para conseguir que en un futuro próximo la biblioteca consiga algo más que sobrevivir, adaptando eficazmente sus actividades al entorno, puesto que el marketing es un proceso de intercambio. Señala la estrecha vinculación del marketing con el proceso de planificación que de una manera conjunta son la base sólida en la que sustentar la toma de decisiones y la implementación de actividades. Establece siete fases, que van desde la formación del equipo de planificación hasta la evaluación de las decisiones adoptadas, que facilitan la sincronización de la respuesta a preguntas como ¿dónde estamos? y ¿cómo llegamos? Esta orientación enfocada a los usuarios es la que finalmente marcará la diferencia del esfuerzo de la biblioteca para centrar su actividad en el servicio a la comunidad.



## PUBLICACIONES DE LA CE

El CINDOC, como Socio Difusor Nacional (National Awareness Partner, NAP) del Programa IMPACT, distribuye las siguientes publicaciones de la Comisión de la Unión Europea, Dirección General XIII, Telecomunicación, Industria de la Información e Innovación.

### INFORMES IMO

Los informes del Information Market Observatory se publican a un ritmo de 6 al año. El CINDOC los distribuye gratuitamente en inglés. El CINDOC traduce al español los informes para los que existe mayor demanda: éstos pueden adquirirse al precio de 1.500 ptas. La lista de los últimos informes aparecidos es la siguiente:

#### **Una panorámica de los mercados de edición de publicaciones impresas en la Comunidad Europea.**

*(IMO Report 93/4) (En español: precio: 1.500 ptas + 4% I.V.A.).*

#### **An overview of the Japanese electronic information**

*Services market. (IMO Report 93/5).*

#### **Strengths and weaknesses of electronic information services in the European Union.**

*(IMO Report 93/6).*

#### **ISDN in the European Union: implications for the information services sector.**

*(IMO Report 94/1).*

#### **Mergers & Acquisitions in the Electronics Information Industry**

*(IMO Report 94/2).*

#### **The Internet and the European Information Industry**

*(IMO Report 94/3).*

#### **La información sobre Sociedades en Europa**

*(IMO Report 94/4) (En español: precio: 1.500 ptas + 4% I.V.A.).*

### I'M GUIDE

La **Information Market Guide** contiene, a lo largo de 580 páginas, un catálogo de los productos y servicios de información existentes en Europa, que son de acceso público y no requieren equipos especiales. Precio: 8.000 ptas. + 4% I.V.A.

### CODIGO DE CONDUCTA PARA MEDIADORES DE INFORMACION

Preparado por miembros de EUSIDIC, (European Association of Information Services), EIIA (European Information Industry Association) y EIRENE (European Information Research Network) con el apoyo de la Unión Europea. Versión española realizada por DOC-6 y editada por el CINDOC. Distribución gratuita.



Pedidos por carta, fax o correo electrónico:  
**CINDOC** Centro de Información y Documentación Científica

C/ Joaquín Costa, 22 - 28002 MADRID (ESPAÑA)  
Tels. (91) 563 54 82/87/88. Fax. (91) 564 26 44  
Correo electrónico: [dctfa11@cc.csic.es](mailto:dctfa11@cc.csic.es)

