

Comercialización de productos y servicios de información

**Licda. Marlene Harper Alvarado
Ponencia Presentada en el 3er
Encuentro Nacional de Profesores
y Estudiantes de la Bibliotecología Panameño.
ALEBCI**

Estimado colegas:

Quiero expresarles un agradecimiento muy especial por invitarme a este Encuentro de intercambio de ideas.

El tema que voy a exponer es la comercialización de servicios y productos de información, tema que requiere más aceptación de parte de nosotros los bibliotecarios. A la par de la actitud de alerta al cambio que ha traído la informática y la telemática y que han generado tanta evolución y evaluación en todos los campos y actividades en general y a nuestra profesión en particular, viene ahora el tema controversial de la comercialización de servicios y productos de información.

Ha sido la computadora, la primera invención que ayuda al hombre a pensar, la médula para introducir la comercialización de servicios y productos de información o sea el cobrar por estos servicios y productos, recobrando costos de operación y generando capital para el mantenimiento y desarrollo de centros de información, centros de documentación, bibliotecas, bases de datos, generadores de información. Al introducir el factor comercial se podrá conseguir inversión por parte de los usuarios para este desarrollo. Los bibliotecarios acostumbrados a entregar información sin cobro alguno, creemos que el valor de la información está por encima de los valores económicos y casi que podemos pensar que al ponerle un precio podemos envilecerla y devaluarla. Sin embargo si hacemos una pauta de reflexión que identifique la comercialización como un proceso social orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades, en lugar de despertar grandes controversias crearíamos aspectos y enfoques que darían a la comercialización de productos y servicios de información un marco de referencia para ser analizado y evaluado a través del ejercicio profesional de cada uno de nosotros.

Dos factores de la información son muy importantes para este marco referencias. El primero es que la información se ha internacionalizado, porque el mundo se ha vuelto tan pequeño que cada país depende de los otros para sobrevivir, la información ya no es una posesión personal, institucional o de las naciones aisladamente, es la información compartida internacionalmente requisito previo para el desarrollo, desarrollo que debe tener como fin primordial dar al hombre un más alto y digno nivel de vida. La información al diseminar el conocimiento y su aplicación convierte en realidad la esperanza de una vida mejor para la humanidad. El segundo factor es la connotación de la palabra información que cada vez se emplea en formas más diversas, para la comercialización de sus productos y servicios la definimos como un conjunto de bienes y servicios heterogéneos que en su totalidad constituyen una actividad dentro de la economía de los países y vemos la contribución de la información como multidimensional, porque sirve a propósitos económicos, sociales, políticos y de todo tipo, con un valor fundamental en la toma de decisiones acertadas reduciendo el riesgo de incertidumbres. Tenemos así un concepto de información con un valor fundamental por ser un elemento básico para la producción de bienes competitivos en los mercados mundiales y ser fuente básica para el desarrollo. Se incluye dentro de esta concepción de información el aceptar la innovación que representa la comercialización de servicios y productos de información, este nuevo concepto traería el beneficio a los usuarios de información, el generarles productos y servicios mejor adaptados a sus necesidades específicas.

Para encauzarnos hacia el desarrollo de la comercialización de servicios y productos de información, se debe evaluar con objetivos a corto y largo plazo con respecto a distintos sectores de la población, evaluar cuáles son los "clientes" que pueden constituir el "mercado" desde el punto de vista de lo que realmente necesitan, qué beneficios puede desarrollar esta evaluación, una muy importante, incrementar el desarrollo de información regional y nacional de cada uno de nuestros países y así desarrollar lo propicio, lo auténtico, lo necesario con ayuda de la información.

La comercialización de servicios y productos de información incluye investigaciones de mercadeo, quiénes serán los consumidores de los productos y servicios; la publicidad, el análisis de la competencia, los precios, la promoción y venta. Esto nos exigirá capacitarnos para convertirnos en gerentes de información que nos permitan aplicar los conceptos teóricos y prácticos de mercadeo.

En realidad los servicios y productos que pueden comercializarse son los que van más allá de lo que las bibliotecas y bibliotecarios tradicionales disponemos, estos servicios "lucrativos" entre otros, son: búsquedas bibliográficas, de datos especializados para asistencia técnica como: materia prima, nuevos procesos nuevos productos, precios locales e internacionales que son base en la gestión de empresas.

Será el usuario el que de las pautas de sus necesidades y el que determine cuáles son las vertientes de información que deben desarrollarse. Básico para esto, es desarrollar la infraestructura de bibliotecas y centros de documentación en forma automatizada. El bibliotecario se convierte así en un científico de la información, capaz de manejar la información como un recurso nacional de gran poder y valor, se convierte en gestor de información; involucrado en la formulación de políticas nacionales de información, que den a los usuarios un acceso a información relevante y pertinente, como un derecho humano fundamental de informar e informarse sin limitaciones.

Si los bibliotecarios aceptamos estos nuevos retos y responsabilidades nos colocaremos en posiciones estratégicas para efectuar nuevos modos de comunicación, de disseminación de información y de despacho de información bajo pedido, que darán como fin último nuevos conocimientos que dan posibilidades a los usuarios de solucionar sus problemas en forma económica y fácil y nos da a nosotros los bibliotecarios la posibilidad de convertirnos en profesionales insustituibles.