



como herramienta para el desarrollo de la colección en bibliotecas



Prof. Julio Díaz Jatuf - Bibl. Dipl. Viviana Appella
Universidad de Buenos Aires – Facultad de Filosofía y Letras – Departamento de Bibliotecología y Ciencia de la Información
-Cátedra de Desarrollo de la Colección y de los Servicios de Acceso-
juliodj@filo.uba.ar - www.juliodiazjatuf.com.ar - viviana@filo.uba.ar

Resumen: Se estudia el sitio Mercado Libre®, su historia en Argentina, las posibilidades que ofrece a las bibliotecas como herramienta para el desarrollo de la colección y las formas que ofrece de adquisición de materiales bibliográficos impresos para el desarrollo de la colección en bibliotecas.

Palabras clave: Adquisiciones – Materiales bibliográficos impresos – Mercado Libre – Compra a través de internet – Adquisiciones no convencionales (ANC) – Argentina

Introducción:

Las corrientes actuales de la Bibliotecología consideran a las actividades que se llevan a cabo en relación con los fondos bibliográficos de las unidades de información como un sistema integrado, que involucra toda una serie de elementos que se ponen en acción y se interrelacionan en un proceso cuyo objetivo es formar la mejor colección, pertinente y adecuada, que satisfaga las demandas concretas de usuarios específicos; entendiendo al desarrollo de la colección [como] el proceso organizativo, intelectual y administrativo que incluye las actividades de estudios de la comunidad, selección, adquisición, evaluación, preservación y descarte de la colección –en cualquier medio- con el objeto de satisfacer las necesidades de información, de un modo eficiente, rápido y económico a la población a la que sirve (Díaz Jatuf, 2011).

Pero ¿de qué manera las nuevas herramientas y servicios informáticos nos pueden ayudar a mejorar, seleccionar e incrementar nuestra colección impresa, con el objeto de ofrecer un mejor servicio?

Objetivo:

Mostrar el sitio Mercado Libre® como una alternativa posible para ayudar al desarrollo de las colecciones de material bibliográfico impresos en bibliotecas argentinas.

Metodología:

Se estudió el sitio de MercadoLibre®

Se consultaron a profesionales bibliotecarios que adquirieron algunas obras para sus colecciones – especialmente de bibliotecas privadas

Se graficaron los resultados detallando los inicios de este sitio en internet, las posibilidades que ofrecen en la obtención de material impreso y las oportunidades que se pueden obtener en la adquisición de diferentes tipos de materiales impresos para el correcto desarrollo de la colección en diferentes tipos de bibliotecas.

Inicio



En marzo de 1999, Marcos Galperin, co-fundador y Director Ejecutivo, escribió el plan de negocios de MercadoLibre y comenzó a conformar un equipo de profesionales para ponerlo en ejecución. En Argentina las operaciones de MercadoLibre comenzaron en agosto de 1999.

Características: es una plataforma de compras y ventas por Internet de América Latina. Compradores y vendedores se encuentran para intercambiar información y realizar transacciones de comercio electrónico con diferentes productos y servicios, a precio fijo o en subasta. Permite que los vendedores publiquen vehículos, inmuebles, material bibliográfico y servicios en una sección exclusiva de avisos clasificados en línea. En la plataforma de MercadoLibre.com diferentes anunciantes pueden realizar sus campañas de marketing en línea a través de la adquisición de banners.

Posibilidades



- **Ventajas:** diferentes formas de pago: MercadoPago, tarjetas de crédito, tarjetas de débito, depósito bancario - a través de Pago Fácil, Rapipago y Provincia Pago-
- **Desventajas:** los medios de pago no son los mejores para la administración pública argentina.

Oportunidades



- **Obtención de:** obras de referencia, obras raras y curiosas, primeras ediciones, libros argentinos, novelas económicas, números faltantes en publicaciones seriadas, números especiales, libros académicos entre otras cosas.



Conclusiones:

Las TIC favorecen considerablemente el uso de las nuevas herramientas, aprovecharlas para el beneficio de desarrollar la colección acorde a las necesidades de los usuarios, será de una posibilidad para el beneficio de los usuarios. MercadoLibre, es una oportunidad.

Referencias bibliográficas:

Appella, Viviana y Díaz Jatuf, Julio. (2012, septiembre). Tipología de compras de materiales bibliográficos impresos por internet en bibliotecas universitarias. En III Jornadas de Archivos, Museos y Bibliotecas de La Rioja, Argentina. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/17666/1/JATUF.pdf>

Appella, Viviana. y Díaz Jatuf, Julio. (2012, agosto). Adquisiciones no convencionales: abordaje terminológico, 2012. En 8ª JUBA: Jornadas de Bibliotecas y Centros de Documentación de la Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/17453/1/VMA.pdf>

Díaz Jatuf, Julio. (2011, junio). ¿Desarrollar o gestionar colecciones en bibliotecas?: abordaje terminológico. En V Encuentro de Bibliotecarios de la Provincia de Córdoba, Villa Carlos Paz, Córdoba, Argentina. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15969/1/ABC%202011.pdf>

Díaz Jatuf, Julio y Pereira, Claudia. (2012, agosto). La adquisición de material monográfico impreso en la biblioteca "Prof. Dr. José Arce" de la Facultad de Odontología de la Universidad de Buenos Aires: período 1995-2011. En 8ª JUBA: Jornadas de Bibliotecas y Centros de Documentación de la Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/17489/1/C1.pdf>

