

Using qualitative methods to analyze online catalog interfaces

Piero Polidoro

Cataloging & Classification Quarterly, ISSN 1544-4554, Vol. 53, n. 3-4, 2015, p. 314-329

Los catálogos en línea han sufrido cambios en la actualidad. Ello es debido a las nuevas actitudes de los usuarios en las búsquedas de internet. Se plantea cual es la evolución hacia los catálogos de nueva generación inspirados en los sitios webs de páginas comerciales como Amazon o Google. La investigación que se lleva a cabo analiza algunos ejemplos de catálogos en línea que combinan sus características tradicionales con funciones o interfaces desarrollados por páginas comerciales.

En este caso, no se va a diferenciar, entre sitios web de bibliotecas y catálogos en línea. El análisis más exhaustivo realizado es el de la Universidad de Edimburgo en su catálogo en línea que cuenta con ambas interfaces, la tradicional y una nueva con una funcionalidad denominada "Aquabrowser", más eficaz y visual. Hay que destacar que los objetivos de los sitios web comerciales son diferentes a los de las instituciones culturales; los primeros tienen que ser más competitivos mientras que en las instituciones culturales debería primar la cooperación y el intercambio. Existe, por tanto, una gran diferencia de prioridades y el análisis cualitativo de los catálogos se centran en los aspectos y mecanismos de comunicación web que no son detectados por métodos cuantitativos. Aun así ese intento de aproximación entre catálogos comerciales y de biblioteca consigue ser útil para definir nuevas estrategias de comunicación. Si el papel de la biblioteca como institución en nuestra sociedad actual está cambiando, no sólo afectará a los catálogos, sino también a la comunicación con los usuarios.

Resumen elaborado por la Sección de Documentación Bibliotecaria