

Gruppo Utenti MARC 21

3° Incontro GUMARC 21

Fiesole, 26 Novembre 2010



European
University
Institute



PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DI RECORD MARC: STATI UNITI E ITALIA

Susanna Peruginelli



European
University
Institute



GUMARC 21
Gruppo Utenti Marc21

3° Incontro GUMARC 21

Parleremo di:

Gli attori. Domanda e offerta

C'è un mercato dei record? E' funzionale?

Ancora sul futuro del MARC

E in Italia?

3° Incontro GUMARC 21

La situazione negli Stati Uniti

**Catalogazione originale e catalogazione derivata.
Situazione non ottimale**

Ruolo centrale della Biblioteca del Congresso

Arretrato nella catalogazione

3° Incontro GUMARC 21

Fonti di record bibliografici. Il mercato

Cataloghi di grandi biblioteche, Consorzi, Venditori commerciali

Dimensioni dei database: 20.000 (14 fornitori). LoC: 22 MIL; OCLC: 195 MIL

50% : trae profitto

50%: guadagni scarsissimi

45% opera restrizioni all'uso

3° Incontro GUMARC 21

Lo scenario attuale (1)

Tensione fra biblioteche (obiettivo: responsabilità sociale) e distributori/venditori (obiettivo: profitto economico)

3 livelli

1. Livello di tipo tradizionale: 2/3 bibl. nord americane: 97% bibl univ., 63% pubbliche e 65% scolastiche ed anche venditori di record e servizi (es.: OCLC)

2. Livello opportunistico: Restante 1/3 bibl. nordamericane non partner di OCLC, scarsi fondi, pochi catalogatori. Anche fornitori database con rec. ad accesso libero.

3. Livello non bibliotecario: Organizzazioni che non creano rec. MARC. Sviluppo di nuove tecnologie, grandi progetti digitalizzazione: Google Book, Google Scholar, Amazon, Iniziative di indicizzazione (social tagging).

3° Incontro GUMARC 21

Lo scenario attuale (2)

Competizione fra i 3 livelli

2 eventi importanti:

La causa di SkyRiver contro OCLC. Citazione in giudizio:

- abuso di posizione dominante e concorrenza sleale
- misure punitive per bibl. SkyRiver (MSU) con costo aumentato per caricare loro posseduto su WorldCat per ILL
- rifiuto di trattare con altri servizi commerciali

Iniziativa OA per record bibliografici: JISC Open Bibliographic Data Guide <http://obd.jisc.ac.uk/>

3° Incontro GUMARC 21

Punti critici

Costi elevati della catalogazione (100 \$ per record!)

Mancanza di incentivi a catalogazione originale

Difficoltà di sviluppi condivisi

E inoltre....

Dibattito su efficacia e futuro del MARC

3° Incontro GUMARC 21

Il futuro del MARC

Critiche e difese (MARC must die, beyond MARC, After MARC, Is MARC dead?)

Verso la chiarificazione del problema?

- **Un formato unico non può soddisfare le esigenze di elaborazione di dati e comunità diverse**
- **Privilegiare la condivisione dei dati**
- **Maggiore importanza del contenuto rispetto al contenitore (MARC)**
- **Il problema risiede nella efficienza dei sistemi di biblioteca**
- **Necessità di leadership nello studio di un diverso formato**

3° Incontro GUMARC 21

Possibili soluzioni per il rinnovamento del mercato

Centralizzare la catalogazione

Migliorare incentivi alla creazione di record originali

Nuovi modelli economici per la cooperazione oltre i tradizionali settori dell'informazione

Stretta collaborazione con editori e accordi per la condivisione di dati

Automatismi nella produzione ed espansione di metadati

3° Incontro GUMARC 21

MARC21: situazione italiana

Biblioteche: varietà di tipologia e dimensione

Produzione media annua: 280.000 record

Ricorso a catalogazione originale: 40%

Catalogazione derivata:

- **Scarso utilizzo di SBN per catturare record**
- **Scarso ricorso a servizi commerciali**
- **Discreta cattura da cataloghi stranieri, LoC, OCLC, biblioteche nazionali, cataloghi italiani: Univ. Cattolica, B. Vaticana, Rete URBS**

3° Incontro GUMARC 21

I problemi

Il mercato è scarso

Metodi di lavoro pesanti (ricerca di record singoli, molti interventi sui record...)

Costi alti di catalogazione: 30%-40% dell'intero funzionamento

Scarsa attitudine verso servizi commerciali

Assenza di metodi basati su calcolo costi-benefici per la catalogazione

3° Incontro GUMARC 21

Prospettive

Valutare costi della catalogazione originale e derivata

Confrontare soluzioni “fai da te” e offerte commerciali

Studiare modelli economici convincenti

**Continuare la cooperazione nell'uso del formato
MARC21**