

Luis Collado, director de *Búsqueda de Libros de Google*

Por Pablo Lara y Antonia Ferrer

Resumen: Luis Collado responde algunas preguntas sobre el programa *Búsqueda de Libros de Google*. Acota qué es y qué no es y sus palabras destilan esa filosofía de acceso a la información con la que cuentan todos los desarrollos de Google.

Palabras clave: *Búsqueda de Libros, Edición, Digitalización, Acceso universal a la información*

Title: Luis Collado, director of *Google Books España*

Abstract: Luis Collado answers some questions about the program *Google Book Search*. He describes what it is and what it is not. His words reveal Google's philosophy of universal access to information.

Palabras clave: *Google Books Search, Publishing, Digitisation, Universal information access.*

Lara, Pablo; Ferrer, Antonia. Luis Collado, responsable de *Búsqueda de Libros de Google*. En: *El profesional de la información*, 2008, julio-agosto, v. 17, n. 4, pp. ¿¿¿-???

DOI: 10.3145/epi.2008.jul.13



Luis Collado es responsable de *Google Book Search / Scholar / News Archive* para España y Portugal. Economista de formación (licenciado en CC. Económicas y Empresariales por la Univ. Autónoma de Madrid y Master en Marketing), trabajó durante 14 años como consultor de marketing y en el mundo financiero. Después fue atraído por el sector editorial, en el que ha trabajado durante 8 años en compañías como *Pearson Educación*—director general de la División Universitaria y Profesional— y *McGraw-Hill*, editorial en la que fue director comercial y de marketing. Sin perder esa pasión por el mundo del libro, Luis lleva un año en Google con el objetivo de incorporar a internet la producción editorial española. Su meta es darle la máxima visibilidad en este nuevo medio, dada la importancia que tiene la cultura y el libro españoles. Su trabajo se centra en la colaboración con editores, bibliotecarios y universidades, entidades, organizaciones e instituciones. Les apoya en su acceso a las nuevas tecnologías y su aplicación a sus procesos de trabajo tanto internos como externos.

des, entidades, organizaciones e instituciones. Les apoya en su acceso a las nuevas tecnologías y su aplicación a sus procesos de trabajo tanto internos como externos.

¿QUÉ POLÍTICA TIENE MARCADA GOOGLE para la digitalización de libros? ¿Tiene una estrategia por países y colecciones?

— *Búsqueda de Libros de Google (Google Book Search)* es un programa de promoción y difusión de los libros a través de internet. Ofrece la oportunidad a todos los interesados en la lectura de poder conocer, hojear y adquirir una gran variedad de obras. Incluso descargar directamente al ordenador aquellas que ya están en dominio público, es decir, libres de cualquier tipo de derechos.

La digitalización de los libros y la indexación de su contenido es, en estos momentos, la forma más rápida de abrir las páginas de los distintos ejemplares a cualquier

persona situada en cualquier parte del mundo.

El programa *Búsqueda de Libros de Google* fue presentado en otoño de 2004 e incorpora tanto libros procedentes de bibliotecas (que ya hayan pasado al dominio público y que son visibles al 100% y descargables) como libros de editoriales. Esto incluye también las más recientes novedades, que son visibles sólo parcialmente por estar sujetas todavía a derechos de autor.

En *Búsqueda de Libros de Google* contamos con libros digitalizados escritos en más de cien idiomas.

¿Cuáles son las temáticas prioritarias para la digitalización: ciencia y tecnología, humanidades...? ¿Piensa Google digitali-

zar otro tipo de colecciones, como pueden ser las fotográficas?

— *Google* no es quien determina qué libros son los que deben digitalizarse primero sino que son los propios usuarios quienes con sus búsquedas, reflejan dichas prioridades y, a partir de ellas, se van incorporando a *Búsqueda de Libros de Google*. Nuestro interés es incorporar el máximo de contenidos posibles.

Para otros tipos de colecciones en *Google* estamos continuamente en proceso de innovación y mejora, por lo que sin duda acometeremos nuevos proyectos en este sentido. De hecho, en cuanto a las imágenes, ya tenemos un buscador especializado en ellas que busca y facilita el acceso a cuantas imágenes están disponibles en la Red.

Si se lee la página de Google, el programa de Búsqueda de Libros de Google es beneficioso para todos -editores, autores...- ya que acerca la cultura a toda la sociedad. Entonces, ¿por qué ha desatado tanta polémica en el mundo editorial?

– Cualquier innovación tecnológica que se precie, al igual que ocurrió con la televisión en su nacimiento, provoca puntos de vista dispares. Es decir, siempre hay usuarios que creen que la novedad puede quitar espacio a lo anteriormente creado. Pero no es así. La realidad es que la tecnología evoluciona y se complementa con el resto de recursos existentes, y eso enriquece la experiencia de todos. El proyecto de *Google Búsqueda de Libros* ha supuesto una enorme transformación ya que está ofreciendo a los usuarios una oportunidad para descubrir contenidos y a los editores la posibilidad de abrir sus ejemplares a un mercado amplísimo.

Funcionalidades para los editores

- Elegir qué libros incluir y el grado de visibilidad que les quieren dar.
- Determinar los países en los que tiene los derechos para comercializarlo.
- Decidir el enlace a su página web al que dirigir a los usuarios interesados en la compra de un ejemplar, etc.

El programa de afiliación de Búsqueda de Libros ¿qué tipo de derechos y/o deberes ofrece a las editoriales?

Cualquier editor puede incorporar la *Búsqueda de Libros de Google* en su propia web, para que sus usuarios y lectores pueden hacer

desde ella lo mismo que hacen en *Google*.

“Los autores obtienen una mayor visibilidad y promoción de su obra”

Si un autor quiere ofrecer su obra en Búsqueda de Libros de Google, ¿qué pasos debe dar? ¿Existe algún tipo de contraprestación a los autores?

– Hay dos posibilidades: si un autor ha cedido los derechos de publicación de su obra a una editorial, debe ser la editorial la que se adhiera al programa. Si un autor se ha autoeditado, puede darse de alta directamente de la web:

<http://books.google.es>

Y desde allí mismo enviarnos su libro para ser digitalizado e incluido en nuestro programa. Ello es muy ventajoso para el autor, al poder ser descubierto por un mayor número de personas interesadas en cualquier parte del mundo, quienes de otra manera jamás llegarían a conocer su existencia y, como consecuencia, el autor tiene mayores posibilidades de venta, si eso es lo que el autor desea.

Se ha hablado bastante en los foros especializados de la digitalización de los fondos de bibliotecas importantes. Los proyectos de Google en estas bibliotecas se refieren en la mayoría de los casos a fondos que ya no tienen protección de copyright. De estas obras, ¿se digitaliza todo o se hace una selección? ¿Se comprueba si la obra ha sido digitalizada en otra de las bibliotecas que forman parte de Google? Si es así, ¿figura que la obra consta en ambas bibliotecas?

– Actualmente colaboramos con 28 bibliotecas de todo el mundo en proyectos de digitalización

de sus fondos en dominio público. Siete de ellas están en Europa y dos en España: la *Universidad Complutense de Madrid* y la *Biblioteca de Catalunya*.

Todas estas bibliotecas ofrecen una extensa y valiosísima colección de obras en dominio público que deseamos sean accesibles para los interesados, estén donde estén. Trabajamos con ellas y, siguiendo su consejo de bibliotecarios expertos, nos enfocamos hacia las colecciones que son especiales o únicas. Como existen muchos libros de interés para nuestra sociedad intentamos evitar duplicidades, aunque no siempre lo conseguimos. En todo caso, siempre ofrecemos la posibilidad de buscar cada obra en las bibliotecas más cercanas a la ubicación del usuario.

Para la digitalización de las grandes bibliotecas –Harvard, Cornell, Complutense, Biblioteca de Catalunya...– se ha comentado en la prensa que se utiliza una tecnología propia de escaneo de alta velocidad. ¿En qué consiste?

– Es una tecnología especialmente diseñada en *Google* para digitalizar los contenidos de libros de alto valor sin dañarlos. Combina la rapidez con el extremo cuidado con el que tratamos cada libro. De momento el acceso a las máquinas está muy restringido.

Las obras digitalizadas aparecen en formato imagen y en algunos casos también como texto. ¿Cuál es el proceso y tecnología utilizada para la digitalización? ¿Son tratadas por un OCR? ¿Qué hace que unas obras aparezcan como texto y otras no?

– Como comentaba, la tecnología de digitalización se basa en un sistema propietario de *Google*. El proceso es bastante complejo y cuidadoso: tras escanear un libro, nuestro sistema obtiene una imagen de cada página. A esta imagen le pasamos un tratamiento de OCR

que reconoce cada una de las palabras de cada una de las páginas del libro en cuestión y así se indexan. Todas las palabras son buscables por los usuarios. Si los libros están en dominio público y, por tanto, forma parte del patrimonio común, ofrecemos al usuario dos posibilidades: su descarga en pdf y su vista como texto plano. Para facilitar el acceso a impedidos visuales, desde cualquier ordenador preparado se puede transformar en un documento legible por este colectivo.

La digitalización de libros supone una enorme carga para cualquier institución y, según parece, Google corre con los gastos de digitalización de las obras de las bibliotecas que participan en el programa. Entonces, ¿cuáles son los beneficios que espera obtener Google por este servicio?

– Fundamentalmente cumplir con nuestra misión corporativa: organizar la información de todo el mundo y hacerla universalmente accesible y útil para todos los usuarios, en cualquier idioma, desde cualquier dispositivo, se encuentre donde se encuentre. De esta manera, nuestros usuarios estarán más satisfechos con los servicios que Google les ofrece.

Se supone que la Biblioteca Digital Europea ha surgido como una alternativa al proyecto de Google. ¿La consideran realmente una competencia?

– Nuestra idea se centra en la importancia de hacer que todos los libros que forman parte de nuestro acervo cultural sean accesibles online. En este sentido creemos que cualquier iniciativa, ya sea pública o privada, es bienvenida si contribuye a la anterior idea y hace que más libros sean accesibles a más usuarios a través de internet.

“Estamos abiertos a cualquier tipo de colaboración que suponga beneficios no sólo para ambas partes, sino para cualquier usuario de internet”

¿Cómo funciona la publicidad en Búsqueda de Libros de Google? ¿Cuál es el beneficio y para quién? ¿Se reparte también a los autores y editores?

– Funciona igual que la publicidad en Google. Cualquier anuncio siempre está relacionado con el contenido de la búsqueda que un usuario está haciendo. En este sentido, los editores de libros bajo derechos de autor nos suelen facilitar el permiso para añadir, al final de cada página, publicidad relacionada con el contenido del libro que se está visualizando. Cuando su editor lo acepta, la publicidad nunca se muestra “dentro” de la imagen de

una página de un libro. Y en este caso compartimos los ingresos publicitarios con el editor.

“Los contenidos son visibles sólo a través del programa y sólo se pueden descargar los pdfs de los libros en dominio público (sin copyright)”

¿Permite exportar los recursos de mi biblioteca a RefWorks o a otros programas de gestión de bibliografía?

– Estamos en ello. Pondremos en funcionamiento algunas características dentro del programa que contribuyen a crear una “dimensión social” de *Búsqueda de libros en internet*: crear y compartir bibliotecas de libros descubiertos en Google, escribir comentarios sobre una obra en concreto, etc.

Luis Collado, Google España, Torre Picasso, Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1 planta 26. 28020 Madrid.

Pablo Lara, Universitat Oberta de Catalunya
plara@uoc.edu

Antonia Ferrer, Universidad Politécnica de Valencia
anforsa@upv.es

Suscripción EPI sólo online

Pensando sobre todo en los posibles suscriptores latinoamericanos, ya no es obligatorio pagar la suscripción impresa de EPI para acceder a la online.

EPI se ofrece a instituciones en suscripción “sólo online” un precio considerablemente más reducido (85 euros/año), uesto que en esta modalidad no hay que cubrir los gastos de imprenta i de correo postal.