
Por qué requerimos una metodología para el estudio de las necesidades de formación e información en las organizaciones y comunidades

ISRAEL A. NÚÑEZ PAULA
Universidad de La Habana

RESUMEN

Se muestra, sobre la base de investigaciones realizadas por el autor y colaboradores, cómo las tendencias en el campo de las Ciencias de la Información en los últimos 20 años, pero sobre todo en los últimos cinco, requieren para su aplicación consecuente, un estudio permanente de las necesidades y expectativas de formación e información de los usuarios o clientes para diseñar y desarrollar sobre esta base las nuevas ofertas (productos/servicios) de información. Se demuestra, también sobre la base de otras investigaciones desde 1992, que, contradictoriamente, el tratamiento conceptual, metodológico y práctico sobre este tipo de estudio ha sido pobre y caracterizado por la baja calidad y la ambigüedad terminológica, y su introducción, como un proceso más, en las entidades de información ha sido hasta el momento soslayado por la mayoría de ellas.

Coyuntura teórica y profesional

Los enfoques actuales de la Comunicación Corporativa y Social, de la Gestión (desde la Gestión de aspectos específicos hasta la Gestión de la Calidad Total o la Reingeniería) y del Mercado, abarcan tanto la infraestructura tecnológica, como los recursos humanos y el proceso negociador -que, en un sentido más amplio, se refiere a los procedimientos de la organización para lograr sus propósitos estratégicos con sus usuarios o clientes, tanto los que se refieren a la comunicación o flujo interno de la información como aquellos destinados a la comunicación con la clientela o universo usuario-. El propósito y la táctica fundamental de estos enfoques reside en la optimización de la relación entre la estrategia de la organización y la forma que adoptan su estructura y procedimientos (que, por tanto, deben ser flexibles) mediante un sistema de comunicación ágil, que garantice la toma de buenas y oportunas decisiones ante la dinámica de las necesidades y demandas que se evidencian en el constante intercambio con el entorno de la organización (y que, por tanto, deben estar rigurosa y constantemente sometidas a detección y análisis).

En una investigación realizada por el autor, sobre la base de más de 600 fuentes documentales de diversos tipos,¹ las cuales se han seguido monitoreando en forma muestral hasta el presente, así como en las estadísticas de los eventos internacionales más importantes de la esfera profesional relativa a las Ciencias de la Información y Bibliotecología, se pudieron precisar algunas tendencias fundamentales en la actividad bibliotecaria e informativa en los últimos años.² Desde los últimos años de la década de los 80, en la literatura relativa a las políticas nacionales de información y a la definición de perfiles, capacidades, habilidades y conocimientos que deben caracterizar a los diferentes profesionales de la información, se puede constatar la existencia de una serie de tendencias que desembocan, inevitablemente, en el imperativo de profundizar en los métodos y procedimientos para el estudio de las Necesidades de Formación (aprendizaje) e Información. Las tendencias contemporáneas del cambio y su relación con la Investigación de las Necesidades, pueden ser sintetizadas en la forma siguiente:

1. Énfasis en las funciones educativas y culturales, de Gestión del aprendizaje (conocimiento, inteligencia) y, en general, de impacto e influencia efectiva en las organizaciones o comunidades usuarias, sobre la base del conocimiento de sus necesidades específicas, de formación e información.

“¿Usted quiere crear una cultura corporativa que esté constantemente aprendiendo y creciendo? ¿Usted quiere poner a alguien al frente de la tarea de potenciar ese medio y mantenerlo en movimiento? Usted necesita un Gerente de Aprendizaje... el Gerente de Aprendizaje (GA) (CLO del inglés Chief Learning Officer) es responsable del proceso de gestión y expansión del capital intelectual... “Señala Larry Willets ³

“El GA está a cargo de la calidad corporativa del pensamiento colectivo. El o ella, es responsable de la inteligencia y resultados de la organización... Dice Joel Yanowitz.”⁴

Se destacan, en este sentido:

- La evolución hacia formas de lo que usualmente se llamarían servicios y que aquí se ha decidido nominar como ofertas de comunicación (ver nota al pie núm. 6) en las que el personal desempeñe un rol más activo en su propio aprendizaje, mediante su propio proceso de búsqueda y procesamiento de información, se formule y resuelva problemas reales, con creatividad y donde haya una fuerte combinación del aula, la investigación y la práctica profesional donde se formen sólidamente sus valores de orientación.

“De acuerdo con los expertos, el GA debe comenzar con dos iniciativas principales. La primera es convencer a los trabajadores de que el aprendizaje corporativo no es simplemente

¹ NÚÑEZ PAULA, I. A. *Tendencias de la Actividad Informativo-Bibliotecaria entre 1988 y 1990. Relación con el Enfoque Socio-Psicológico y la preparación de los profesionales*. Ponencia presentada en el II Taller de Bibliotecas Universitarias de América Latina y el Caribe. Universidad de La Habana, marzo de 1991.

² NÚÑEZ PAULA, I. A. *Perspectivas de Acción, Educación y Entrenamiento para los Trabajadores de la Información. Bases Socio-Psicológicas*. Ciencias de la Información vol. 23, no. 4, dic. 1992 ISSN: 0864-4659

³ WILLETS, L. G. *The Chief Learning Officer: New Title for New Times*. Enterprise Reengineering, 1996. (Resumen interpretativo elaborado y subtítulos propuestos por el Clades).

⁴ Ibid. p. 1

el entrenamiento y especialmente el entrenamiento de aula. El mejor entrenamiento es la experiencia, dice Calhoun Wick, autor de The Learning Edge... Las aulas son buenos establecimientos para formar habilidades básicas y las fundamentaciones subyacentes, pero en la experiencia es donde se adquiere el saber-cómo (del inglés "know-how"). Dice Wick." ⁵

- Desarrollo de formas de oferta comunicativa, de aprendizaje, colectivas, en equipo, de manera que cada individuo incorpore el conocimiento de la organización y comparta el suyo propio con el resto de los miembros de la organización o comunidad en función del cumplimiento con calidad, de la misión y los objetivos estratégicos de la misma.

"La segunda iniciativa sigue inmediatamente a la primera. Los empleados necesitan saber que el aprendizaje es una actividad grupal... El aprendizaje más profundo y útil viene de compartir conocimientos, no solo información. Dice Wicks...Los equipos deben trabajar y aprender juntos y no solo en su unidad, sino con otras de toda la corporación." ⁶

"Dave Ulrich, de la universidad de Michigan plantea: "Para que los gerentes usen el entrenamiento como arma competitiva, la actividad de entrenamiento debe cambiar de tener exclusivamente un portafolio de habilidades individuales para tener un ancho espectro de actividades de aprendizaje y desarrollo. Estas incluyen habilidades de trabajo en equipo, entrenamiento interfuncional y comunicaciones interpersonales." ⁷

"Daniel Kim escribe: "Si los modelos mentales, esas determinaciones mentales, los marcos de referencia y estructuras de valor que todos usamos para ver la realidad, no son explícitos y compartidos, entonces la información y el conocimiento pasan, pero no se conectan" ⁸

Como resumen del enfoque metodológico que se propone en la contemporaneidad para una eficiente Gestión del Aprendizaje (y por tanto de la Inteligencia), se puede citar nuevamente a Ulrich, quien...

"... lista diez transiciones que tienen que ocurrir en las organizaciones que se mueven desde un entrenamiento de la mentalidad hacia uno de verdadero aprendizaje. Esas transiciones son parte del plan de acción de los GA para mover sus organizaciones hacia nuevos niveles de competitividad:

- Del entrenamiento genérico de aula, al entrenamiento a la medida basado en la competencia.
- De los casos de estudio al aprendizaje en la acción.
- De la competencia individual a las capacidades organizacionales.
- De la participación individual a la de equipo.
- Del aula al aprendizaje global.
- De las clases basadas en la competencia a los cursos basados en las estrategias.

⁵ Ibid. p. 1-2

⁶ Ibid. p. 2

⁷ Ibid. p. 3 ⁸ Ibid. p. 4

- De los presentadores externos a los internos.
 - De las sesiones de entrenamiento limitadas hacia las ilimitadas.
 - De la participación en cadena basada en la compañía a la participación basada en los valores.
 - De modelos de aprendizaje locales a modelos de aprendizaje globales.”⁹
- “...las condiciones para el éxito de los GAs., de acuerdo con Yanowitz, son:
- Una corporación que ve el aprendizaje como decisivo para la estrategia del negocio y no solo como algo bueno que se tiene.
 - Un medio que reconoce que existe la inteligencia colectiva a través de la organización.
 - El propósito de abarcar e integrar al aprendizaje en todos los procesos del negocio.”¹⁰

Más del 90 % de los trabajos analizados, plantea explícitamente la necesidad de un cambio de imagen y de funciones de las entidades y de los trabajadores de las bibliotecas y de la información, con respecto a las organizaciones comunidades usuarias; se insiste en el papel que deben desempeñar las bibliotecas en tareas como la alfabetización funcional, el desarrollo cultural y socio-económico de comunidades rurales y suburbanas, así como en la labor de las bibliotecas en los lugares de trabajo, en las escuelas y en la elevación de la calidad de la vida de los minusválidos de cualquier tipo.

Los enfoques mercadológico (con o sin fines gananciales) y de calidad total aplicados a la actividad informacional, colocan justamente al usuario y a la satisfacción de sus necesidades y expectativas (y, por tanto a su conocimiento permanentemente actualizado), como centro de la actividad del sistema, enfatizando en la comunicación con el mismo.

Como resulta obvio, para poder gestionar el aprendizaje (información, conocimientos, inteligencia, valores) de los miembros de una organización o comunidad, para poder desarrollar enfoques como el mercadológico o el de Calidad Total, es imprescindible comenzar por el diagnóstico, la investigación de las necesidades de formación e información específicas de los grupos y personas cuya actividad está vinculada, directa o indirectamente, al cumplimiento de la misión y de los objetivos estratégicos de dicha organización o comunidad.

Se ha hecho extensa la exposición de esta primera tendencia y de su relación con la investigación de las necesidades de formación e información, no solo por su complejidad, sino debido a que constituye, a juicio de autor, la causa fundamental de todas las demás, responsabilidad que comparte, en cierta medida, con el acelerado avance de la tecnología informativa y las telecomunicaciones, que esta en el centro de la tendencia que se expone a continuación.

2. “Desarrollo, dominio, adaptación y aplicación de las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones a las diferentes condiciones del desarrollo socioeconómico de regiones, países y entidades bibliotecarias e informativas. Humanización y socialización de la tecnología informativa.”¹¹ La tecnología permite acelerar los procesos informativos, hacerlos

⁹ Ibid. p. 3

¹⁰ Ibid. p. 4

¹¹ NÚÑEZ PAULA I. A. *Perspectivas...* Op. cit., p. 9

más exactos y exhaustivos, condensar mayores volúmenes de información en espacios más reducidos, para facilitar su transmisión, almacenamiento, conservación y, sobre todo, para que la información se pueda utilizar lo más rápidamente posible, en la forma, contenido, volumen y lugares donde se la necesita. Sin embargo las facilidades mencionadas desencadenan un crecimiento exponencial del volumen de información que hace imposible su localización, acceso, procesamiento y utilización por una sola persona. Esto determina la necesidad de intervención, en carácter de intermediarios, de profesionales que localizan, seleccionan, acceden, obtienen, procesan y comunican, en forma personalizada, la información idónea dentro de la vastedad existente, utilizando como guía el conocimiento de las Necesidades de Formación e Información específicas o peculiares de personas o grupos reales, dentro y fuera de las organizaciones.

“...debe haber uno o más puestos de trabajo en las organizaciones, cubiertos por alguien capaz de aportar ayuda inteligente para afrontar la competitividad global, los cambios veloces, proveer rápido acceso a la información - evitando la infoxicación -...”¹²

“...se trata de desarrollar un conjunto de actuaciones y procesos que aporten valor añadido a las actividades de la empresa y generalicen las mejores prácticas en cada uno de los procesos de su actividad.”¹³

3. “Desarrollo de la capacidad comunicativa y de influencia de las entidades y trabajadores de la información, sobre la base del dominio de métodos, formas y medios de comunicación, persuasión y sugerencia.”¹⁴ Como ya se ha planteado, la Gestión del Aprendizaje se basa en la Comunicación, para garantizar el conocimiento compartido en toda la organización como base para el constante desarrollo de la inteligencia y la inventiva. La Gestión de la Comunicación, debe tener muy en cuenta las características socio-psicológicas de las personas y grupos, su dinámica, el liderazgo, así como las metas de la organización y los recursos y canales de comunicación, o sea, que la estrategia de comunicación corporativa se debe basar en el estudio de las necesidades de formación e información específicas de las personas y grupos en la organización o comunidad. Esta tendencia implica, desarrollar la “capacidad para determinar, en forma interactiva con los usuarios..., sus necesidades de educación y de información [...]. La corriente más fuerte hace énfasis en las necesidades específicas o peculiares de los usuarios individuales y los pequeños o medianos grupos.”¹⁵

En la fuerte corriente de aplicación del enfoque mercadológico (con o sin fines gananciales) al trabajo bibliotecario e informacional, se destacan tanto el componente comunicativo como el de los estudios de mercado (estudio de usuarios, de sus necesidades y expectativas), mostrando la estrecha vinculación que existe entre estos dos aspectos. Jose Henrique de Carvalho, en fecha tan temprana como 1986 escribió:

“...los hombres de la mercadotecnia dedican gran parte de sus esfuerzos en mejorar su conocimiento y su comprensión acerca de los comportamientos y procesos de información

¹² MARTÍN, P. (Consultoría Arthur Andersen) En: *Relatoria de la Mesa Redonda sobre Gestión del Conocimiento, Feria Internacional de las Tecnologías de Información*. Madrid. Noviembre de 1998. En: IWE El Profesional de la Información.

¹³ RODRÍGUEZ ROVIRA, J. M. *La Gestión del Conocimiento: Una gran oportunidad*. IWE El Profesional de la Información. Vol 8. Núm. 3, marzo de 1999. p.1

¹⁴ NÚÑEZ PAULA I. A. *Perspectivas de Acción...* Op. cit., p.13

¹⁵ Ibid. p.14

y de decisión del consumidor, de modo de poder actuar mejor sobre él. Utilizan estudios de motivación y la 'creatividad', para encontrar los temas publicitarios más persuasivos... A través de las investigaciones psicológicas, procuran conocer las expectativas, las exigencias, las preferencias y las necesidades latentes de los consumidores y, para satisfacerlas mejor, modifican entonces sus productos o lanzan productos nuevos...el estudio sistemático y a veces científico de las necesidades, deseos, gustos y preferencias del mercado, y el empleo racional y organizado de diversos recursos para influir en el comportamiento de los consumidores, constituyen los dos instrumentos complementarios de la mercadotécnica moderna.”¹⁶

4. Diseño diferente de los sistemas bibliotecarios e informacionales, sobre la base de la descentralización integrada, con estructura de red en sustitución de la jerárquica, y división clara de funciones entre órganos de base y nodos de red; combinación flexible de estructuras dentro de la organización (por funciones, por tareas, por objetivos estratégicos, por grupos de usuarios/clientes, por productos o servicios, etc.), propiciando el aprendizaje de todas las funciones por parte de los miembros del equipo; la vinculación directa a comunidades usuarias abarcables, Sistemas altamente flexibles en su estructura funcional, capaces de adaptarse a las variaciones que se operan en las necesidades y expectativas de su entorno y en las condiciones de trabajo del sistema.”¹⁷ Estos sistemas en la actualidad, se rediseñan y mejoran permanentemente bajo los principios de la Calidad Total, la Reingeniería y otras metodologías de Análisis de Sistema basadas también en el principio de la flexibilidad y del “paradigma cambiante”

“El mejor sitio para que un equipo de reingeniería empiece a entender un proceso es la posición del cliente, ¿cuáles son los requisitos reales de los clientes?, ¿qué dicen que quieren y qué necesitan realmente, si las dos cosas no son lo mismo?, ¿qué procesos llevan a cabo con el producto que se les da? Como la meta final de la reingeniería es crear un proceso que satisfaga mejor las necesidades del cliente, es cuestión crítica que el equipo entienda muy bien esas necesidades, lo cual no significa preguntarles a los clientes cuáles son éstas, pues sólo contestarán lo que ellos creen que quieren.

Lo que un equipo de reingeniería tiene que hacer es entender a los clientes mejor de lo que ellos se entienden a sí mismos, para tal fin, el equipo o algunos de sus miembros deben observar a los clientes, o trabajar con ellos en su propio ambiente.¹⁸ Ni la observación ni la participación los hará expertos en unos pocos días o semanas, pero sí se formarán una idea más cabal de lo que es o no es importante. No se trata de aprender a hacer el trabajo del cliente sino de entender su negocio y recoger ideas.

Las ideas surgirán cuando los miembros de un equipo vean y entiendan cómo utiliza el cliente el producto del proceso. Por ejemplo, si el cliente tiene que desarmar parcialmente el producto antes de usarlo, lo probable es que el producto debiera habersele

¹⁶ CARVALHO, J. H. de. *Do Antimarketing ao Marketing político e social: uma proposta para o Brasil*. Ci. Inf. Brasilia, 15(1); Jan/Jun, 1986. 53-58. p. 54

¹⁷ Ibid. p.15

¹⁸ Se han subrayado esos fragmentos de la cita por su relación directa con las dimensiones subjetiva e intersubjetiva de las necesidades, por una parte y con las técnicas que se proponen en la metodología, todo lo cual será objeto de tratamiento en los capítulos destinados a esos efectos.

despachado sólo parcialmente armado. El equipo busca ideas de cómo el proceso puede servir mejor al cliente".¹⁹

Para aplicar este enfoque de trabajo, se requiere definición precisa, con una adecuada segmentación o categorización, del entorno humano y organizacional, prever la demanda y las necesidades y adaptarse rápidamente a ellas, haciendo flexibles los procedimientos, el orden de las operaciones y la distribución de ellas entre el personal. Esto implica una redefinición frecuente de la infraestructura y la formación de grupos de trabajo por tareas, que nunca se hubiesen integrado de haber un organigrama fijo, y también implica rapidez en la toma de decisiones, facilidades de circulación de la información interna por canales formales e informales y movilización de la inteligencia de todas las partes del sistema.

Investigaciones realizadas por este autor y colaboradores, sobre la estructura y funcionamiento de más de 40 entidades de información cubanas y extranjeras, fueron sistematizadas en el trabajo Reingeniería aplicada a sistemas y entidades bibliotecarias y de información²⁰. En ese extenso trabajo se muestran algunas regularidades donde queda estrictamente establecida la relación entre la aplicación de la Reingeniería a este tipo de entidades y las tareas relativas a la investigación de las necesidades de formación e información de los usuarios/clientes:

- Que en la entidad de información debe incorporarse un proceso²¹ para el estudio sistemático de las Necesidades de Formación e Información de sus Usuarios/Clientes, según la misión de la organización usuaria, con recursos humanos que tengan la responsabilidad, el tiempo y otros recursos para ello, combinado armónicamente con las tareas habituales de la entidad, estudiando la mejor organización y división del trabajo posible.
- Que el conocimiento de las características de las necesidades específicas de los usuarios grupales e individuales, para que pueda ser utilizado en todas las tareas de la entidad (compartir el conocimiento) y para garantizar la conservación de esta información dentro del sistema, debe estar registrado. Puede hablarse entonces de un Registro de Usuarios Potenciales²² y de sus Necesidades de Formación e Información, cuyo funcionamiento y actualización constantes puede considerarse similar al de las historias clínicas de los pacientes en una entidad de Salud.

¹⁹ HAMMER, M.; CHAMPY, J.. *Reingeniería* 1994. 226 p. (Resumen interpretativo elaborado y subtítulos propuestos por el Clades). "En Busca de Oportunidades de Reingeniería." En: Encuentros Nacionales. Gestión de la Información Naciones Unidas, Cepal/Clades, 1996.

²⁰ NÚÑEZ PAULA, I. A. *Reingeniería aplicada a sistemas y entidades bibliotecarias y de información*. Ciencias de la Información. No. 2, 1996. 58-73.

²¹ Aquí se resalta el hecho de que no se habla de un estudio de necesidades, el cual, por sí solo tendría una utilidad perecedera en término de pocos meses, sino de la creación de un proceso o subsistema de tareas, que garantice la actualización constante de la información relativa a las necesidades de formación e información de los usuarios, las cuales cambian constantemente bajo la influencia de diversos factores que se detallan por el autor en el trabajo, NÚÑEZ PAULA, I. A. *Enfoque socio-psicológico de los niveles de existencia de las necesidades informativas; sus implicaciones para una metodología de estudio*. Revista Eidisis, del Colegio de Bibliotecarios de Chile. Vol. 2. Nos. 2 y 3, diciembre 1997 y marzo 1998.

²² Se entiende aquí como Usuario Potencial a toda persona, grupo u organización que se encuentre vinculado, directa o indirectamente al cumplimiento de la misión y los objetivos estratégicos de la organización en la cual está inserta la entidad de información. Por tal razón, los usuarios Potenciales pueden ser Internos, cuando se encuentran subordinados administrativa o metodológicamente a la misma gerencia que la entidad de información (lo cual incluye a los propios trabajadores de la información) o Externos, cuando no se presenta la condición mencionada. Esta posición del autor, puede encontrarse también en otros como ERIZE, M. *La Calidad Total. Una clara visión para hacer buenos negocios*. [En línea]: Argentina. 1997. <<http://www.calidad.org.ar>>. [Consulta: 20 marzo 1998].

• El registro, de mantenerse adecuadamente actualizado, puede y debe ser utilizado en todos los eslabones del proceso educativo-informativo, o sea, en la Selección para la Adquisición, en la elaboración y actualización de los Lenguajes de Búsqueda Informativa (LBI), en la Indización, en el Diseño de la forma y el contenido de las Ofertas de Comunicación y en la Evaluación.

5. Dominio y empleo de las técnicas gerenciales, dinámica de la gestión, cultura de la calidad. Las concepciones contemporáneas de la Gestión implican que quien funge como gestor del aprendizaje (inteligencia, conocimiento, información), asume los objetivos que se derivan de la misión y visión de la organización a la cual pertenece, y encamina a su logro la dirección de su equipo, de sí mismo y de sus usuarios/clientes en un proceso que este autor califica como educativo-comunicativo. Para ello, debe dominar el contenido, la estructura y las condiciones de las actividades que realizan, en el contexto de la solución de determinados problemas, así como las fuentes y sus vías de acceso y, por último, dominar algunas características socio-psicológicas del personal y de los que son objeto de la gestión, que pueden resultar decisivas para la calidad de la comunicación y de la función educativa. Estos son, justamente, como se explicará más delante, los determinantes de las necesidades de formación e información, que deben tenerse en cuenta en su estudio, para poder orientar hacia su satisfacción, la planificación (establecimiento de objetivos), organización (diseño de tareas), ejecución (realización) y control de la calidad (implica evaluación) de las ofertas de comunicación.

La mayoría de las estrategias y técnicas gerenciales contemporáneas se basan, como ya se ha apuntado, en el trabajo en equipo; el gestor del aprendizaje debe conocer los roles que desempeñan las personas en los grupos o segmentos a los cuales atiende, tales como, líderes, difusores de información, dinamizadores en la solución de problemas, etc. o, por el contrario, islas, rechazados, frenos, etc., para identificar el tratamiento formativo e informativo que necesitan y poder conducir al equipo a encontrar las vías de éxito, mediante el aprendizaje. Todo esto ratifica la fuerte dependencia que tienen estas estrategias con respecto a la investigación de las necesidades específicas, contextuales.

6. Enfasis en ofertas de comunicación de alto ajuste “a la medida” (“customized or tailor made services) de las necesidades de formación e información específicas de pequeños o medianos grupos de usuarios, con un alto grado de valor añadido, los cuales requieren una alta flexibilidad y creatividad en su diseño y realización y una interacción directa con los usuarios/clientes.²³ Esto genera preocupación por las formas más adecuadas de conocer las necesidades de los usuarios en términos de variables más precisas como momento, lugar, canal de comunicación, frecuencia, volumen, forma de presentación, nivel de abstracción o síntesis, lenguaje y otras. Aquí el concepto de ofertas de comunicación de información, se refiere a las formas concretas de gestión del aprendizaje (información, conocimiento, inteligencia), por lo que resultan válidos los argumentos de relación con la investigación de las necesidades de formación e información dados al tratar esos conceptos.

7. Utilización rigurosa de métodos de investigación, no sólo para el desarrollo (o investigación teórica), sino como modo de actuación profesional, en todas las tareas que garantizan una oferta de comunicación efectiva. La investigación se proyecta en múltiples

²³ Núñez Paula I. A. *Perspectivas...* Ob. cit. p. 17

sentidos y entre ellos se encuentra la investigación aplicada a los estudios de usuarios, de sus necesidades, y estudios de mercado, como una premisa para el diseño de las ofertas de comunicación, e incluso para la adaptación de la estructura funcional de las entidades y sistemas bibliotecarios e informativos. En general, todas las líneas en que se proyecta la investigación, se refieren, directa o indirectamente, a la determinación y satisfacción de las necesidades de información de usuarios/clientes.

Este tema resulta ser de gran polémica en la literatura. Surge de la propia polémica acerca de las funciones del profesional, debido a que en la concepción del servicio que responde a la demanda o solicitud, las exigencias creativas y de investigación son mínimas. Los autores de los trabajos consultados para identificar las tendencias que se caracterizan aquí, ubican la causa de la necesidad creciente del dominio de los métodos de investigación, en la explicación de las tendencias anteriores.

Elaine Kempson destaca:

“El primer paso en el establecimiento de un servicio de información para la comunidad rural, es un estudio cabal de las necesidades en la comunidad... Si el servicio debe ser exitoso, es necesario invertir una cantidad de tiempo y esfuerzo considerables, trabajando con la comunidad para identificar cuales son sus necesidades.”²⁴

“La investigación de política, incluye estudios utilizando metodologías científicas para analizar y describir necesidades de políticas, aspectos, instituciones, participantes e instrumentos, e identificar las relaciones entre ellos. La investigación aplicada puede también dirigirse a un problema específico que necesita ser mejor comprendido en el nivel de la política, antes de intentar su solución.”²⁵

Otras líneas de investigación cuyo desarrollo incentiva la búsqueda y perfeccionamiento de una Metodología para la Investigación de las Necesidades de Formación e Información de los Usuarios/Clientes, son las siguientes:

- Investigaciones sobre los recursos de información, lo cual incluye estudios métricos y descriptivos (p. e. el mapeo de recursos de información), de organización, composición y evaluación de fuentes y fondos y muchos otros. Como podrá verse más adelante, este tipo de estudio el autor lo considera parte integral de la metodología de investigación de las necesidades, pues solo conociendo la relación entre los recursos de información existentes, los que requiere la actividad del usuario y los que este ya ha incorporado a su acervo personal, se pueden interpretar sus necesidades
- Investigación para el diseño y elaboración de ofertas de comunicación según las características de las necesidades, las cuales incluyen una gran cantidad de variables a tener en cuenta, una gran creatividad y la necesidad de diseñar formas adecuadas

²⁴ KEMPSON, E. *Rural Community Information Services. Guidelines for Researching Need, Setting Up services and Evaluating Performance*. IFLA Journal 16(1990)4. 429-439. p. 430

²⁵ DOSA, M.. *A Future perspective on Information Policy Research Needs*. Ponencia presentada en el Seminario FID/ET Pre-Congreso sobre Política de Información, Planificación e Investigación: Preparación de los Profesionales de la Información para el logro de esos objetivos. 45 Congreso y Conferencia General de la FID. Ciudad de La Habana, septiembre de 1990. 13. p. 3nviado el 15 de octubre de 1988. 2 p.

de control y evaluación para ellas. Dentro de esta línea puede incluirse la utilización de técnicas de la investigación en creatividad, técnicas de trabajo en grupo, en las ofertas de comunicación (en cuyo contexto se produce, simultáneamente, el estudio de sus necesidades, dinámicamente) , controlado experimentalmente.

- Investigación de los objetivos, contenidos, métodos, formas y medios para la publicidad, promoción, relaciones públicas y técnicas grupales para la comunicación, de modo tal que respondan a las necesidades de formación e información de los usuarios/clientes, dentro y fuera de la organización.

Resulta evidente que las tendencias contemporáneas y perspectivas ofrecen un marco favorable para orientar la atención de los especialistas sobre el problema de la Definición teórica y metodológica de la investigación de las necesidades de formación e información en las organizaciones y segmentos de mercado.

No obstante, para reforzar el imperativo de trabajar en este sentido en el presente, se transcriben a continuación, algunos párrafos de una comunicación transmitida por correo electrónico a los miembros de la Sociedad Latinoamericana de Calidad, acerca de la nueva norma ISO 9001-2000 para el Análisis, Diseño y Evaluación de Sistemas, donde se muestra que en el lapso de dos años, será requisito, normado, contemplar dentro de los sistemas, el proceso de conocimiento constante sobre las necesidades de formación e información de los usuarios/clientes.²⁶ Si se tiene en cuenta la insuficiencia actual de metodologías para este proceso, lo cual será argumentado en el epígrafe siguiente, se puede asumir la actualidad y utilidad de la metodología que aquí se presentará:

“El Comité 176 que prepara la serie 9000, ha hecho público un proyecto de la Norma ISO 9001 (llamado ISO/CD1, 9001:2000, Julio de 1998), que reemplazará, con innovaciones destacables, a la versión vigente desde 1994. La nueva versión tiene prevista la conclusión de su estudio y votación para el Noviembre del 2000 y, recién entonces, se iniciará el plazo de adecuación para la transición de las 200.000 empresas certificadas y las que se encuentren en proceso de implementación, estimado en dos años.

Los principales puntos de cambio son:

(A) Una sola norma: Se reemplazan los tres modelos utilizados desde 1987 para la certificación: 9001, 9002 y 9003 por una sola Norma, la ISO 9001...

(C) El cliente gana protagonismo: Se incorporan, en las exigencias normativas, diversas actividades orientadas a la relación con el cliente y el logro de su satisfacción:

(C.1) La identificación y definición de necesidades y requisitos del cliente con el objetivo de lograr su confianza en los productos y/o servicios provistos (5.2).

(C.2) Procesos específicos para conocer sus requerimientos, que ahora alcanzan a la disponibilidad, entrega y obligaciones legales (7.2.1).

(C.3) Metodología y medidas adecuadas para la medición y monitoreo de la confianza y satisfacción de los clientes y para retroalimentar los procesos con esta información (8.2.1.1).

²⁶ Sociedad Latinoamericana para la Calidad. ISO 9001 versión 2000. En *Calidad-SLC News*. Doc. Distribuido por correo electrónico slc@calidad.org (SLC). Enviado el 15 de octubre de 1998. 2 p.

(C.4) La evaluación de las tendencias y resultados en la satisfacción e insatisfacción de los clientes y su comparación con los datos pertinentes del mercado es un requisito exigido (8.1.2.2).

(C.5) Se establece explícitamente la comunicación con el cliente sobre el producto o servicio, los procesos de reposición y la opinión del cliente sobre el desempeño (7.2.4).

(D) Medición y análisis: Se incorpora la necesidad de la medición del desempeño del Sistema, identificando a las auditorías internas como una herramienta para esta medición y ampliando las mediciones tradicionales con la evaluación de la Satisfacción de los Clientes (8.2.1).

(E) Mejora continua: Prescribe el conocimiento y aplicación de las herramientas para la mejora continua como un proceso normativo requerido (8.4.3).

(F) Evaluación de la efectividad de la capacitación: El concepto de evaluar la efectividad de la capacitación se agrega al anterior de planificarla, llevarla a cabo y registrarla, a fin de proveer un desarrollo sistemático de las competencias.

(G) Estructura de la norma: Si bien comienza con capítulos de definiciones, los requerimientos de la norma se ordenan en 4 grandes temas: "Responsabilidades de la Dirección", "Gestión de los Recursos", "Gestión de los Procesos" y "Medición, Análisis y Mejora".

Cuando en "Gestión de Procesos" se introduce en el "hacer", ordena los requisitos tal como ocurren las cosas dentro de la organización:

(G.1) La detección de las necesidades de los clientes; el diseño; las compras (el servicio); el control de la producción de bienes/prestación de los servicios; el tratamiento de no conformes; la entrega y pos entrega.

Se trata de una Norma más amigable, más adecuada a la realidad de sus usuarios y actualizada, que impulsa a la empresa a actuar en función de las demandas y preferencias de los clientes, mejorando continuamente sus procesos, sus productos y sus servicios."

Insuficiencia del tratamiento teórico y metodológico relativo a las necesidades

Contradicторiamente con lo que pudiera esperarse, algunos estudios en Cuba, realizados o dirigidos por este autor²⁷ y por investigadores extranjeros²⁸, y el monitoreo

²⁷ NÚÑEZ PAULA, I. A. *Tendencias...* Op. cit.

NÚÑEZ PAULA, I. A. *Perspectivas...* Op. cit.

PIÑEIRO CORDERO, T.; GUZMÁN, M. V. *Sobre los estudios de necesidades de los usuarios de la información. Doc. Inédito. Tesis para obtener el Diploma en la Carrera de Información Científico-Técnica; Bibliotecología.* Tutor: NÚÑEZ PAULA, I. A. Universidad de La Habana, abril de 1992. 82 p. 104 refs.

PÉREZ CORDERO, D. *Definición Teórica y Desarrollo Metodológico en el Estudio de Usuarios/ Clientes.* Doc. Inédito. Trabajo de Diploma. Licenciatura en Información Científico-Técnica; Bibliotecología. Tutor: Israel A. Núñez. Universidad de La Habana, 1998.

²⁸ CALVA GONZÁLEZ, J. J. *Una aproximación a lo que son las necesidades de información.* Investigación Bibliotecológica. 5(11): julio-diciembre, 1991.

CHACÓN ALVARADO, L. *Estudios de Usuarios: revisión de la literatura.* Bibliotecas IX (1):23-28, enero-junio 1991.

WILSON, T. D. *Information Needs and Uses: fifty years of progress?* In : *Fifty Years of Information Progress.* De. B. C. Vickery. London. ASLIB, 1994.

constante de este tema que ha mantenido el autor desde finales de la década de los setenta, en publicaciones nacionales y extranjeras, han demostrado que, a pesar de la importancia que históricamente se ha concedido en el plano de las declaraciones, a las Necesidades de los usuarios, no existen definiciones teóricas argumentadas que tengan un nivel aceptable de consenso, persiste una cierta ambigüedad terminológica que se refleja en una inconsistencia metodológica y, desde el punto de vista cuantitativo, la producción científica sobre este tema es extremadamente pobre en comparación con otros temas.

Las investigaciones citadas y la experiencia del autor en la consultoría a sistemas de información y en eventos internacionales, han demostrado que la mayoría de las entidades de información, al menos en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, no poseen una estrategia ni enfoque de gestión, estructura, distribución de tareas internas, procedimientos, personal suficiente o adecuadamente capacitado, ni otros recursos de información, para poder lograr un verdadero proceso educativo-informativo. El Estudio de las Necesidades de Formación e Información, no existe como tarea, ni como responsabilidad de ninguno de los trabajadores de la entidad, ni existe un procedimiento para estudiar las necesidades. Se trabaja, en la mayoría de los casos, solo para satisfacer las solicitudes, lo cual limita a un mínimo, las posibilidades de cumplir una función educativa, proactiva, que logre Gestión del Aprendizaje en la organización usuaria.

En una de las investigaciones, dirigidas por el autor²⁹, se demuestra que sólo el 1,1 % de los artículos cuyas referencias aparecen en las publicaciones Informatic Abstracts (Referativnyi Zhurnal "Informatika") entre 1987 y 1990, así como en Library and Information Science Abstracts (LISA) en 1990, corresponden a las temáticas Usuarios y Necesidades de Información, y que sólo el 2,2 % de los documentos encontrados hasta 1992 en los catálogos de las cinco bibliotecas principales de Cuba, cuyos fondos contemplan a las Ciencias Bibliotecológicas y de la Información, se dedicaban a las temáticas mencionadas. Además, el trabajo demuestra la falta de definiciones precisas aceptadas por la mayoría de los especialistas y el insuficiente tratamiento metodológico de esta problemática; y aún más, el divorcio que existe entre los pocos trabajos teóricos sobre el tema y la forma en que se abordan las tareas en la práctica.

En ese trabajo de Piñeiro y Guzmán, se concluye que los trabajos dedicados a esta temática, en su mayoría, NO se refieren a ella desde el punto de vista metodológico y aquellos que lo hacen, reflejan la confusión entre los conceptos de Necesidades, Intereses y Demandas o Solicitudes de Información. Esto evidencia que la búsqueda de enfoques para el estudio de las Necesidades de Formación e Información de los usuarios, constituía, por lo menos hasta ese momento (1992), un problema que necesitaba más atención por parte de los especialistas.

En la más reciente (1994) y completa pesquisa (a juicio de este autor) sobre el tema de los estudios de necesidades de información en el extranjero³⁰, se observa que su tratamiento no varió mucho, ni en el sentido cuantitativo ni en el cualitativo, entre 1989 y 1994.

Teniendo en cuenta los cambios en el alcance de la Misión y la Visión de los profesionales, entidades y sistemas de información y bibliotecarios, se diseñó la investigación

²⁹ PIÑEIRO CORDERO, T.; GUZMÁN, M. V. Op. cit.

³⁰ WILSON, T. D. Op. cit

de Daylet Pérez, destinada a dilucidar si en estos años (1990-1998) habría evolucionado positivamente el volumen de la producción científica sobre los temas de las necesidades y usos de la información de los usuarios de las bibliotecas y entidades de información, así como sobre los métodos, técnicas y variables que conformar metodologías para su estudio, o si se habrá solucionado el problema de la ambigüedad terminológica.

El trabajo, fue exhaustivo en la búsqueda de información en todas las fuentes y fondos accesibles en Ciudad de La Habana (descartando las provenientes de Internet a las cuales no se tenía acceso hasta el momento en que se decidió concluir la búsqueda para comenzar los análisis). Fueron leídos y analizados 1410 artículos correspondientes a 227 números de 19 títulos de publicaciones seriadas y 74 documentos de otro tipo (libros, folletos, reprints, traducciones, etc.).

Los conceptos objeto de estudio fueron los siguientes:

- Necesidad de Información.
- Interés de Información.
- Demanda o Solicitud de Información.
- Estudio de Usuario.
- Estudio de Necesidades.
- Segmentación, Categorización o Clasificación de Usuarios o Necesidades.
- Metodologías, Métodos y Técnicas para Estudios de Usuarios o Estudios de Necesidades.

La estrategia de búsqueda comenzó priorizando el recobrado y después se depuró el conjunto de documentos recuperados, buscando precisión.

Fueron encontrados, mediante el análisis, algunos fenómenos evidentemente contradictorios con la importancia actual de la Investigación de las Necesidades de Formación e Información y con la misión y visión analizadas:

- Hasta el presente no se ha logrado un acuerdo en cuanto a la definición de las Necesidades de Formación e Información. A pesar de su importancia, este aspecto ha sido muy poco tratado en la literatura especializada en relación con el volumen de tratamiento de otras temáticas: de toda la literatura consultada sólo 126 fuentes abordan directamente los problemas inherentes a conceptos objeto de estudio antes mencionados y no se encuentra una definición de aceptación universal.

- Sólo se encontraron cuatro definiciones sobre qué es un Estudio de Usuarios.
- El término Interés de Información aparece relativamente poco, y la mayoría de las ocasiones como sinónimo de Necesidad o de Demanda de información.
- Los planteamientos sobre los que se realizan los Estudios de Usuarios son muy diversos y generalmente están dirigidos a evaluar y justificar la existencia de determinado servicio o el funcionamiento de la entidad de información, (o sea, qué usuario utiliza

determinado servicio; cómo utiliza los servicios; quedó satisfecho o no con el servicio, etc.), más que a analizar quién es el usuario; cuáles son sus necesidades de información; cómo satisfacer esas necesidades.

• Pocos trabajos (dos en total) describen una orientación metodológica que incluya diferentes métodos y técnicas a emplear para determinar las necesidades informativas de los usuarios así como el orden de los procedimientos a seguir para su aplicación, y las fuentes a utilizar para la obtener los valores de las diferentes variables y sus indicadores. Una de esas metodologías es la que se presenta desde hace 12 años por el propio director de la investigación y autor del presente trabajo y la otra, del dueto F. J. Devadason-P. P. Lingam, de Tailandia ³¹. Con menor extensión y detalle se encontró una propuesta de Saray Córdoba, de Costa Rica³²

• Aunque se reconozca, por parte de los diferentes autores, que para el Estudio de los Usuarios y sus necesidades de información es necesaria la combinación de diferentes Métodos y Técnicas, la mayoría de los trabajos encontrados reflejan la utilización de la Encuesta (en la forma de cuestionario o entrevista) como único y principal método y sólo en ocasiones se combina con otros métodos como la Observación y el Análisis Documental.

El punto crítico de esta contradicción llega al extremo de que, por una parte, se ha acuñado la idea de que el objetivo principal de toda entidad de información es la satisfacción de las necesidades de sus usuarios, mientras que por otra, se ha constatado en las investigaciones y fuentes ya mencionadas, que:

1. Los métodos y procedimientos para llegar a conocer tales necesidades aparecen sólo en forma exigua en la literatura especializada. Los trabajos dedicados a los estudios de mercado, fundamentalmente en los años posteriores a 1990, son aplicables a estos efectos, pero la mayoría de ellos se refiere al gran mercado, a los productos/servicios que responden a necesidades de considerable tipificación para grandes cantidades de personas del entorno organizacional (usuarios externos a la organización dentro de la cual se ubica la entidad de información que tomamos como punto de referencia), por lo que queda en un nivel mínimo de tratamiento el estudio del segmento de mercado que constituye el propio recurso humano de la organización a la cual pertenece la entidad de información (usuarios internos). Por otra parte, la casi totalidad se refiere a estudios de mercado con fines gananciales, mientras queda descuidado el campo del estudio de necesidades de los usuarios de organizaciones sin fines gananciales).

2. No se reconoce oficialmente (quizás hasta que se ponga en vigor la norma ISO 9001-2000 a la que se ha hecho referencia antes) el estudio de las necesidades como una tarea de los sistemas informativos, con identidad propia, metodología y normas, tal como se hace con el resto de las tareas del flujo tecnológico.

3. Aún es pobre la cantidad de trabajos que se refieren a la necesidad de que en el diseño de los sistemas informativos y bibliotecas exista algún departamento, grupo o

³¹ DEVADASON, F. J.; P. PRATAP L. *Practical Steps For Identifying Information Needs of Clients*. Paper presented at the Tenth Congress of Southeast Asian Librarians (Consal), Kuala Lumpur, Malasia. Mayo 21-25, 1996.

³² CÓRDOBA GONZÁLEZ, S. *Estudiando las necesidades del usuario a partir de su práctica*. Revista AIBDA XVII (2): julio-diciembre, 1996.

especialista dedicado a esta tarea o que sea inherente a todos los que brinden un servicio que pretenda ser más ajustado a la medida de las necesidades del usuario/cliente. En la mayor parte de los trabajos, tanto teóricos como relativos a experiencias concretas, el estudio de las necesidades de formación e información de los usuarios se considera implícito en otras tareas, se diluye en ellas y no se desarrolla sobre una base metodológica.

4. Por las razones anteriores, el conocimiento que se tiene de las características de los usuarios y de sus necesidades de formación e información (cuyo desarrollo es el objetivo principal de la entidad de información), es, la mayor parte de las veces, intuitivo, empírico o derivado de un estudio de la demanda (hecha por aquella porción de los usuarios que alguna vez se decidió a solicitar algún servicio) y no de un verdadero estudio proactivo de las necesidades. A su vez, esto acarrea consecuencias más graves: la selección y adquisición se hacen entonces sobre la base de un conocimiento sólo intuitivo de las necesidades que se deben satisfacer con lo que se adquiere; el procesamiento de la información se realiza mediante lenguajes artificiales divorciados del tesoro aproximado de los usuarios, por lo cual se crea una barrera de comunicación -a veces casi infranqueable- con el usuario y, por tanto, se limita aún más la posibilidad de transmitir el conocimiento o gestionar la inteligencia.

5. Los servicios, al no disponer de un conocimiento de las necesidades de formación e información, se diseñan para la satisfacción de necesidades hipotéticas y tipificadas para grupos grandes o categorías abstractas de usuarios, por lo que es muy difícil que lleguen a coincidir en contenido, forma, frecuencia, volumen, etc., con las necesidades reales de los usuarios, que no son tipificadas sino peculiares para cada grupo o usuario individual (servicios tipificados vs. servicios "a la medida").

Si tomamos en conjunto las imprecisiones en la selección y adquisición, en el procesamiento y en los servicios por no disponer de un subsistema que permita mantener un conocimiento actualizado de la dinámica de las necesidades de formación e información de los usuarios, es fácil imaginar cuánto puede estar costando el funcionamiento de la entidad de información y cuán alejado puede estar el resultado (efectividad y eficiencia) para justificar el gasto.

El hecho de que se ha escrito poco sobre los estudios de usuarios no sólo es una constatación que se ha logrado como parte de este trabajo sino que es una conclusión a la que habían arribado además diferentes autores encontrados en la literatura. En esta se evidencia que el problema del estudio de las necesidades y demandas de información es un problema ``extremadamente complejo, diverso y universal que no está lo suficientemente estudiado, y que sin embargo, todos los autores coinciden en manifestar que su estudio tiene una enorme importancia práctica, pues constituyen el punto de arranada de todo servicio de información, y de la propia actividad de información en sí...''³³

`` es imperioso que en la propia disciplina bibliotecológica se realicen investigaciones sobre las necesidades de información, que sustenten la propia razón de ser de esta disciplina y de la biblioteca como institución para llegar a último término al usuario''.³⁴

33 DISOTUAR RAMÍREZ, B. *Estudio de Usuarios: Modelación Matemática mediante JI Cuadrado*. Doc. Inédito. Trabajo de Diploma. Licenciatura en Información Científico-Técnica y Bibliotecología. Tutor: Sánchez Rivera, M. T.. Universidad de La Habana. 1994. 39 p. p. 1.

34 CALVA GONZÁLEZ, J. J. Op. cit. p. 36

Saray Córdoba, quien trata seriamente el problema de la alternativa en el uso de los métodos cualitativos y cuantitativos en los estudios de usuarios, apunta que los métodos para lograr que estos estudios realicen científicamente, aprendiendo de la realidad del usuario y captando su contexto han sido motivo de escasa preocupación.³⁵

Bexie R. de León plantea como uno de los problemas existentes en la literatura bibliotecológica:

“... los usuarios son un tema o enfoque poco atendido.”³⁶

Daylet Pérez, en el reporte de investigación mencionado, observa:

“Los estudios iniciales sobre necesidades de información fueron criticados por su metodología defectuosa y una conceptualización limitada y superficial. Estudios posteriores también fueron y aún son criticados por repetir los errores metodológicos del pasado en lugar de sacar provecho de ellos...” y a continuación, cita a Shera “Pese a la cantidad de materiales que se ha publicado sobre necesidades de información, la calidad de estos materiales es decepcionante (...) se han empleado relativamente pocas técnicas al efectuar estas investigaciones; las técnicas se han aplicado a una diversidad de usuarios y esto tiende a hacer incompatibles los estudios; el lenguaje empleado es con frecuencia ambiguo; los enfoques carecen de innovación; no han podido aprovecharse los errores anteriores y con frecuencia, falta un riguroso diseño experimental.”³⁷

La definición y delimitación de conceptos como Necesidades (objetivas y subjetivas), Intereses y Demandas o Solicitudes de Formación e Información, es de vital importancia para reducir la confusión conceptual y el problema semántico que surge con el intercambio de conceptos entre disciplinas, pero sobre todo, para evitar enfoques metodológicos para el estudio de esos fenómenos, condenados a la inutilidad debido a su falta de correspondencia con las características del fenómeno que se pretende estudiar.

Daylet Pérez apunta el resultado de una constatación a partir de diversos trabajos de su tutor y de otros autores consultados, y alude a una idea compartida con Calva, al expresar:

“Al término Necesidad de Información usualmente se le ha dado diferentes interpretaciones y se confunde con otros términos como Demandas, Intereses, Requerimientos, Deseos o Solicitudes de Información (23) lo que constituye un error porque cuando se asume que las Demandas de Información, Intereses y Necesidades son conceptos idénticos se utiliza un enfoque superficial y un tanto peligroso puesto que se corre el riesgo de ignorar aquellas necesidades no expresadas por el usuario pero que se encuentran latentes.”³⁸

“...ya que se realizan investigaciones de campo y se utilizan métodos estadísticos para detectar necesidades de información, intereses de los usuarios, errores en la organización de

³⁵ CÓRDOBA GONZÁLEZ, S. Op. cit.

³⁶ DE LEÓN, B. R. *Panorama de Educación e Investigación en Bibliotecología y Ciencias de la Información en Panamá*. En: RAMÍREZ LEYVA, E. M; AÑORVE GUILLÉN, M. A.; GRANIEL, M. R. *Reunión de Investigadores y Educadores de Iberoamérica y del Caribe en el área de la Bibliotecología y Ciencias de la Información*. Cuib. Unam. México, 1996. 387 p. (Memorias; 9). p. 325

³⁷ PÉREZ CORDERO, D. Op. cit. p. 4

³⁸ Ibid. p. 5

trabajo bibliotecario, etc., es indispensable establecer las bases teóricas de estos métodos para que nuestro trabajo sea científico.”³⁹

Algunas conclusiones de la investigación, que resumen la situación teórica y metodológica actual acerca de la Investigación de las Necesidades de Formación e Información, son las siguientes⁴⁰:

- “Por la cantidad de autores hallados y el volumen de tratamiento de las temáticas, se constata un crecimiento cuantitativo y una profundización evolutiva en el tratamiento del concepto Necesidad de Información y la identificación de sus determinantes y cualidades principales en comparación con el periodo anterior a 1990.”
- “Las definiciones y posiciones en general que sostienen T. D Wilson, I. Núñez Paula y F. J. Devadason y P. P. Lingam..., poseen un carácter paradigmático en el contexto de los Estudios de Necesidades.”
- “Las cuatro determinantes fundamentales enunciadas por Núñez Paula y que Piñeiro y Guzmán ratificaron en 1992 como más completas, permiten agrupar el resto de las definiciones, determinantes, variables propuestas y fuentes que se utilizan en los Estudios de Necesidades.”
- “No existe un consenso a la hora de definir o tratar el concepto de Necesidad de Información ya que la pesar de que la mayoría de los autores reconocen el doble condicionamiento (objetivo y subjetivo) que tienen las necesidades de información y su carácter dinámico, se han detectado posiciones minoritarias, de algunos autores significativos tanto en el ámbito nacional como extranjero, que definen las Necesidades de Información sólo desde el punto de vista subjetivo.”
- No ha sido superada completamente la ambigüedad conceptual y terminológica entre los conceptos Necesidad, Interés y Solicitud de Información existente en el periodo anterior a 1990, ya que existen autores que se refieren a la Necesidad de Información como es concebida por el usuario, esto es, a los intereses de información o necesidades subjetivas, sin reconocer su existencia objetiva o intersubjetiva (al menos explícitamente) coincidiendo con aquellos autores que definen la necesidad desde el punto de vista subjetivo.
- Se mantiene, tal cual demostraron Piñeiro y Guzmán en el trabajo anterior a éste, que continúan siendo muy poco tratados en la literatura los aspectos referentes a los Estudios de Usuarios, Los Métodos y las Técnicas empleadas para su realización. La mayoría de los trabajos tratan sobre estudios para grandes mercados y con fines gananciales, de lo que se infiere un interés menor en realizar o publicar estudios sobre las necesidades de información de los usuarios internos.
- Se constata una contradicción entre la importancia que se le confiere desde el punto de vista teórico a la realización de los Estudios de Necesidades y el hecho de que sólo aparezcan en la literatura revisada tres trabajos que reflejan una orientación metodológica que establezca los pasos a seguir para identificar las necesidades de información de los usuarios.

³⁹ RENDÓN ROJAS, M. A. *Las Tareas de la Fundamentación de la Bibliotecología*. Investigación Bibliotecológica. 8(17): 4-9, julio-diciembre 1994. P. 8

⁴⁰ PÉREZ CORDERO, D. Op. cit. p. 73-74

Consideraciones finales

Como puede verse, el monitoreo de fuentes, desde la segunda mitad de la década de los 70 hasta el presente, muestra un insuficiente tratamiento conceptual y metodológico relativo a las Necesidades de Formación e Información, individuales, grupales y organizacionales.

Si bien puede demostrarse que siempre ha sido esencial para el trabajo informativo y bibliotecario el conocimiento de las necesidades, la coyuntura internacional de carácter socio-económico y científico-tecnológico nunca antes había sido tan exigente con respecto al imperativo de contemplar la Investigación de las Necesidades entre las tareas de toda entidad que pretenda participar en la Gestión de Información, del Conocimiento o de la Inteligencia; un subsistema que garantice el conocimiento constante de las necesidades (no de las solicitudes ni de los intereses conscientes solamente) como guía para la toma de decisiones sobre todas las acciones dentro de la estrategia de Gestión. Pronto se aprobará, con ese requisito, norma internacional ISO 9001-2000. En ese contexto, la comunidad profesional requiere experimentar variantes de metodologías que puedan cumplir el cometido de la Investigación de las Necesidades de Formación e Información.

Actualmente, aun calculando las limitaciones que pueden haberse presentado en la búsqueda de información, se conocen pocos métodos y menos aún, metodologías que, basadas en un cuerpo teórico coherente, definan con rigor, pasos, variables, indicadores, fuentes, técnicas y análisis para determinar y utilizar el conocimiento preciso de las Necesidades de Formación e Información.

Es por todo ello que se considera de utilidad y actualidad, presentar una Metodología para investigación de las necesidades de formación e información en las organizaciones y comunidades, en forma tal que pueda ser aplicada, con carácter inmediato (previa preparación del personal) por cualquier tipo de entidad, dentro de una Organización o Comunidad, que pretenda realizar la Gestión del Aprendizaje, de la Inteligencia, del Conocimiento y de la Información, dotando la presentación, con:

1. Un sistema conceptual coherente acerca del Objeto de Estudio de la Metodología.
2. Un listado (incompleto por definición) de variables a seleccionar, según el caso y de forma dinámica, en la investigación de las Necesidades de Formación e Información, deducidas de sus determinantes más genéricos, e inducidas de la práctica.
3. Algunos indicadores para aquellas variables que los requieren, por su grado de abstracción, y el tratamiento de sus escalas de medida.
4. Una tipología de fuentes a utilizar, según las variables e indicadores seleccionados.
5. Una secuencia flexible de pasos y requisitos metodológicos a observar en la Investigación continua de Necesidades de Formación e Información, sintetizada, a modo de Guía Metodológica, que facilite su uso en las aplicaciones

Aun cuando en determinados contextos, para el estudio de determinados objetos particulares, se pueden emplear métodos cuantitativos (informétricos sobre todo), estos se deben insertar en un contexto metodológico más amplio, que caracteriza a toda la investigación de las necesidades como Cualitativa.

El intercambio con fuentes de información no documentales (personas y actividades tales como reuniones, eventos, etc.) para obtener valores de las variables, no se realiza buscando la objetividad, mediante el aislamiento del investigador, sino utilizando el enfoque metodológico de la Investigación-acción o Investigación-participante, en el cual, el investigador participa en la solución de un problema en los grupos de las organizaciones o comunidades, transforma con su acción las situaciones y sus observaciones incluyen su propia acción y los resultados.