

# Metodología de investigación en estudios de usuarios

Carmen MARTÍN MORENO

Universidad Carlos III de Madrid. Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Departamento de Biblioteconomía y Documentación  
cmartin@bib.uc3m.es

Recibido septiembre 2007

Aceptado noviembre 2007

## RESUMEN

En este trabajo, se hace un breve repaso por la historia de los estudios de usuarios, que conduce a la definición de los mismos, al importante papel que juegan en los centros de información, y a los métodos disponibles para recoger información sobre los usuarios. Ello ha resultado en una pequeña revisión bibliográfica de su historia. En el estudio de los métodos cuantitativos, hemos ido de lo general a lo particular, y para ello, hemos partido de una primera clasificación, dependiendo de la actitud activa o pasiva del usuario, a la hora de proporcionar información. A continuación se han descrito las principales técnicas de cada apartado, señalando las ventajas e inconvenientes, la información que puede obtenerse con cada una de las técnicas, y el interés que puede tener dicha información para los distintos servicios de un centro de información.

En el último apartado, se habla de la metodología científica en general, y por supuesto de la necesidad de utilizar el método científico en cualquier investigación, y por tanto en los estudios de usuarios, señalando las ventajas que aporta su utilización.

**Palabras clave:** Estudios de usuarios; Métodos cuantitativos; metodología; Método científico.

**SUMARIOS:** 1 Introducción a los estudios de usuarios. 2 Recogida de datos de los usuarios de información. 3 Investigación y estudios de usuarios. 4 Bibliografía.

## Research methodology in user studies

### ABSTRACT

The brief review of the history of user studies set out in this paper serves as an introduction to their definition and important role in information centres, as well as to the methods available for gathering information on users. The resulting overview of the literature is followed by a discussion of the methods used to date, where general considerations give way to an analysis of the particulars, based on an initial classification of users as active or passive information providers. The main techniques along with their advantages and drawbacks, the type of information that can be obtained with each technique and the utility of such information for the various information centre departments are also described.

The final section discusses scientific methodology in general, and naturally the need to use scientific method in any type of research, in this case user surveys. The advantages afforded by the implementation of such methodology in these studies are also examined.

**Keywords:** User studies; Quantitative methods; Methodology; Scientific method.

## 1. INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS DE USUARIOS

Antes de entrar en la metodología disponible para estudiar a los usuarios, quiero referirme a tres conceptos implicados en el tema, el de usuario de la información, el origen de los estudios de usuarios, y la definición de los mismos.

### 1.1. USUARIO DE INFORMACIÓN

Un usuario de información es aquel individuo que necesita información para desarrollar sus actividades. Según esto, todos los seres humanos somos usuarios de información, pues todos la necesitamos para realizar las actividades que llevamos a cabo diariamente.

Según la actitud de los usuarios ante la información, se les divide en dos grandes grupos: **usuarios potenciales**, aquellos que necesitan la información para realizar sus actividades pero no son conscientes de ello, y no las expresan, y **usuarios reales**, que son conscientes de que necesitan y utilizan la información para desarrollar sus actividades (Sanz, 1994).

### 1.2. ORIGEN DE LOS ESTUDIOS DE USUARIOS

Todos los centros de información, en un momento determinado, necesitan realizar una planificación, un proceso dinámico que se proyecta hacia el futuro, en función de su realidad presente. Dicha planificación permite una mejor distribución de los recursos existentes, identificando las prioridades del servicio, justificando los gastos y cumpliendo los objetivos fijados. Ello supone llevar a cabo una evaluación de la situación, y requiere recoger información sobre el centro y las comunidades de usuarios a la que atiende, para responder a preguntas como: ¿A que comunidad presta servicio?; ¿Qué esperan los usuarios de la biblioteca?; ¿Qué información necesitan?; etc.

Hay consenso en que el origen de los estudios de usuarios está en la necesidad de planificación que tienen los centros, pues ayuda a los bibliotecarios a identificar opciones y posibilidades, y les obliga a conocer a sus usuarios y sus necesidades de información (Moore, 1989). Donde se observa discrepancia es en relación a sus comienzos, pues mientras unos autores lo sitúan en los años veinte, pese a que las investigaciones sobre comunicación entre científicos no comenzaron en Estados

Unidos hasta finales de los años cincuenta (Bouazza, 1989), otros autores como Wilson (1981, 1999) y Odini (1993), fijan su origen a finales de los años cuarenta.

Todos pueden tener parte de razón, dado que los primeros estudios sobre la comunicación científica se realizaron a principios del siglo XX, cuando comenzó el desarrollo de la documentación científica tal y cómo la conocemos hoy. En aquellos momentos casi todos los trabajos giraban en torno a la gestión de los centros. Las bibliotecas analizaban como mejorar su efectividad, sin estudiar a los usuarios y sus necesidades, y se centraban en analizar y evaluar sus recursos en todos sus aspectos, desde la distribución de edificios e infraestructuras, al funcionamiento de los servicios técnicos y la calidad de las colecciones (Hernández Salazar, 1997).

El giro de estos estudios hacia el conocimiento del usuario no se da hasta finales de los años 40, en que la Conferencia de Información Científica, convocada por la Royal Society of London, analizó durante diez días diferentes aspectos de la comunicación científica. Entre ellos, se estimó que era de gran importancia, estudiar a los científicos experimentales como usuarios de información, ya que los ponentes consideraron que uno de los objetivos de los centros de información debía ser aumentar su satisfacción proporcionándoles la información que necesitaban. Para ello, estimaron que deberían hacerse estudios utilizando la técnica de la encuesta, y la entrevista. Los asistentes a la Conferencia decidieron que dichos estudios deberían centrarse en el tema de la información científica, únicamente desde el punto de vista del uso y servicio a la comunidad investigadora, abarcando todos los temas, incluso las ciencias de la agricultura, médicas e ingenierías, pero excluyendo las ciencias sociales (Line, 1998).

Entre las razones que influyeron en dichas propuestas, quizás la más relevante fue el enorme crecimiento de información científica, fruto del desarrollo experimental y tecnológico, que se manifestó durante la segunda guerra mundial. Ello produjo un aumento de documentación científica que, acabada la contienda bélica, pasaría a engrosar el conocimiento científico civil (Sanz, 1994).

Por otro lado, los centros de información poco a poco se han visto sometidos a grandes presiones, motivadas por distintas causas, como disminución de recursos económicos, aumento del número de publicaciones, aparición de nuevos recursos tecnológicos, o necesidades cada vez más sofisticadas de la comunidad de usuarios. Ante esta situación, los centros han tenido que variar la gestión de los recursos que poseen, con objeto de aumentar su eficiencia. Ello requiere conocer las necesidades de información de los usuarios, y determinar sus hábitos de búsqueda y uso de la información. Este conocimiento, que los centros conseguirán mediante la realización de estudios de usuarios, permitirá aportar razones objetivas a las autoridades encargadas de su financiación y mejorará la gestión del centro (Sanz Casado y Martín Moreno, 1997).

### 1.3 DEFINICIÓN DE ESTUDIOS DE USUARIOS

Es difícil encontrar definiciones claras de este tipo de estudios. Son muchos los investigadores que han trabajado en el tema, sin embargo, cuando hablan de estudios

de usuarios, la mayoría de los autores se refieren casi exclusivamente, al interés de conocer como usan la información los usuarios. En 1966, Menzel señalaba

*la necesidad de conocer la forma en que científicos e ingenieros usaban los sistemas de información, las demandas que hacían, la satisfacción obtenida, y el posterior impacto que tenían sus trabajos, con objeto de planificar tanto la política de información, como los sistemas más adecuados.*

Estas palabras llevan implícita la definición de estudios de usuarios, sin embargo, existe una cierta ambigüedad al señalar lo que se quiere estudiar, pero no la forma y el método que se debe aplicar para obtener resultados adecuados y acumulativos.

Esta situación de indefinición condujo a que prácticamente todas las revisiones que se realizaron sobre estudios de usuarios, se quejaron de carecer de una metodología apropiada. Ello hacía muy difícil trabajar con una enorme diversidad de conceptos y enfrentarse con distintos tipos de estudios, dependiendo de los parámetros que se analizaban, como el comportamiento de los científicos ante la comunicación, el flujo de la comunicación entre investigadores, el uso de distintos servicios, de distintos materiales, etc. Por ello Sridhar (1995) señaló que

*Estudios de usuarios, estudios de uso, estudios de necesidades de información, estudios de transferencia de información, estudios de comportamiento de la comunicación, estudios de la difusión y utilización de la información, investigación sobre el usuario, etc., eran términos estrechamente relacionados y con frecuencia poco definidos.*

Pese a ello, es posible encontrar algunas aproximaciones al tema, útiles para delimitar los trabajos, y que se recogen en tres definiciones que pueden clarificarnos la situación.

Según Exon (1978), el Centre for Research on User Studies (CRUS) definió los estudios de usuarios como

*Un área multidisciplinar del conocimiento, que se dedica al estudio del comportamiento de los usuarios (y no usuarios) de información, de la información y de los servicios de los sistemas de información*

En esta definición se contempla a los usuarios reales y a los potenciales, y en cuanto al uso, se refiere tanto al de los recursos documentales como al de los centros de información.

La principal aportación de la definición dada por Sanz (1994), es que introduce el método matemático, la estadística, para determinar los hábitos de información de los usuarios. Así, considera que los estudios de usuarios se pueden definir como

*El conjunto de estudios que tratan de analizar cualitativa y cuantitativamente los hábitos de información de los usuarios, mediante la aplicación de distintos métodos, entre ellos los matemáticos (principalmente estadísticos) a su consumo de información.*

Probablemente, la definición más general es la de Hernández Salazar (1997), aunque hace especial hincapié en conocer los intercambios existentes entre la información y los usuarios. Dicha autora, los considera

*Como un área multidisciplinar del conocimiento, que a partir de diferentes métodos de investigación analiza fenómenos sociales referidos a aspectos y características de la relación información-usuario.*

En consecuencia podemos considerar los estudios de usuarios, como un método multidisciplinar de conocimiento que permite analizar diferentes aspectos y características de la relación que se establece entre la información y el usuario, utilizando para ello distintas técnicas de investigación. En la práctica se pueden concebir como una herramienta que, mediante la aplicación de distintas metodologías de recogida y tratamiento de los datos, permite acceder a un modelo de comportamiento de los usuarios de centros de información tanto reales como potenciales.

El objetivo principal de los estudios de usuarios, es conocer los hábitos, comportamientos, motivaciones, actitudes, opiniones, deseos, necesidades, demandas y grado de satisfacción de los individuos en relación tanto con la información como con los servicios de los centros que se la proporcionan. Esto es, mediante los estudios de usuarios, se pretende conocer la posición que ocupa el usuario respecto al flujo de la información desde que ésta se crea hasta que se incorpora de nuevo al ciclo del conocimiento (Martín Moreno, 1999).

Como indica Sanz (1994), para poder realizar adecuadamente estudios de usuarios de forma cuantitativa, es imprescindible la utilización de un gran número de técnicas, entre ellas las estadísticas y las bibliométricas, cuya aplicación supuso un gran avance que mejoró tanto las técnicas de trabajo como las de recogida y análisis de datos. Además, dichas técnicas permiten complementar el conocimiento que se obtiene de los usuarios por otros métodos (Cea D'Ancona, 1996; Martín Moreno y Sanz Casado, 2001). Por último, hay que indicar que su importancia, no está únicamente en obtener unos valores determinados para las variables a estudiar, sino en poder analizar la evolución en el tiempo de dichos valores, lo que implica la realización de estos estudios de manera sistemática.

## 2. RECOGIDA DE DATOS DE LOS USUARIOS DE INFORMACIÓN

El estudio de los hábitos y necesidades de información de los usuarios puede llevarse a cabo mediante distintas técnicas, entre las que se encuentran:

- **Encuestas.** Las más utilizadas son las autoadministradas.
- **Entrevistas.** En las que interviene un especialista en información encargado de aclarar al usuario las dudas que puede tener sobre las distintas preguntas del cuestionario.
- **Análisis de expertos.** Que pueden ser internos o externos.

- **Foros o Reuniones.** Donde usuarios o especialistas discuten distintos aspectos vinculados al uso de la información en los centros.
- **Indicadores Sociales.** Para conocer la capacidad adquisitiva del usuario, nivel de educación, edad, etc.
- **Referencias Bibliográficas.** Se analiza la bibliografía que utiliza el usuario para llevar a cabo su actividad (normalmente científica).
- **Demanda de Documentos.** Generados para otros fines, como las consultas o préstamos realizados en el centro.
- **Utilización conjunta de varios métodos.** Aunque pueda parecer complicado, en muchos estudios de usuarios se han utilizado de forma conjunta varias de las técnicas nombradas.

A la hora de realizar un estudio de usuarios, nos decantaremos por una u otra técnica de recogida de datos, en función de los objetivos que el investigador pretenda alcanzar. Por otro lado, en cualquier investigación, pero sobre todo, cuando se aborda el estudio de una realidad social, es más adecuado utilizar una pluralidad de vías compatibles y complementarias, una triangulación, pues el uso de distintos métodos evita los sesgos propios de cada uno (Paisley, 1968; González Ramos y otros, 2004) y conduce a la mejor consecución del objetivo propuesto. Ello permite un mayor conocimiento de la población con la que estamos trabajando, ya que cada método aporta datos específicos de la misma y pueden complementarse, permitiendo incluso uno de ellos, confirmar los datos obtenidos mediante el otro.

Para llevar a cabo un estudio de usuarios, podemos contar con distintas personas. Así,

- **Personal del centro de información.** Bibliotecarios u otro personal de la biblioteca, documentalistas.
- **Asesores o expertos.** Este tipo de personal suele estar implicado en el análisis de los datos e interpretación de los resultados en los estudios llevados a cabo sobre las necesidades de la comunidad de usuarios.
- **Personal contratado/estudiantes.** Para aplicar los métodos de recogida de información (entrevistadores), o tabulando datos.
- **Una combinación de cualquiera de los grupos indicados**

Y en lo que respecta al lugar en que estos pueden llevarse a cabo, o lo que es lo mismo, donde se puede recoger la información, dependerá del tipo de estudio, pero los más comunes, son:

- **En el domicilio del usuario.** Para estudiar las necesidades y hábitos de la comunidad de usuarios (usuarios potenciales). Usuarios de bibliotecas públicas.
- **En su lugar de trabajo.** Usuarios potenciales. Conocer hábitos y necesidades de información en la empresa o en la industria.
- **En la biblioteca o el centro de documentación.** Para conocer la evolución de los hábitos y necesidades de información de una biblioteca (usuarios reales). Para cualquier colectivo de usuarios.

## 2.1. MÉTODOS DE RECOGIDA DE DATOS DE LOS USUARIOS DE INFORMACIÓN

En las ciencias sociales existen grandes diferencias entre los planteamientos cuantitativos y cualitativos, que difieren tanto en la estrategia seguida para recoger la información, como en su análisis (Cooper, 1992; Dervin, 1992; Glazier, 1992; Tenopier, 2003). Este trabajo se va a centrar en todo momento en los métodos cuantitativos de recogida de datos.

Los procedimientos de que disponemos para recoger información sobre los usuarios se pueden integrar en dos grandes grupos, en función de la actuación del usuario en el estudio que se lleve a cabo. Estos dos grupos están formados por los denominados métodos directos y los métodos indirectos.

**Métodos directos.** Son aquellos que permiten analizar las características de los usuarios que son objeto del estudio, a través de la información que ellos mismos aportan al responder a distintas preguntas planteadas. Este método se utiliza cuando se quiere obtener una información profunda, que provenga directamente del sujeto analizado, pues será este mismo el que la proporcione. Ello significa que el usuario participa de forma activa en el estudio, y las distintas técnicas pueden aplicarse en cualquiera de los lugares planteados anteriormente: en la residencia del usuario, en el lugar de trabajo, o en el centro de información.

**Métodos indirectos.** Son los que permiten deducir las características de los usuarios, y obtener la información sobre sus hábitos, necesidades o uso de la información, a través de sus trabajos, o de la información que demandan a un centro de información. Es decir, aunque el objeto de estudio es el usuario, este solo interviene de forma indirecta, pues la información se obtiene sin consultarlos, extrayéndola de documentos generados con un propósito distinto al de realizar un estudio de usuarios. Puede tratarse de peticiones de documentos solicitados a un centro de información, de fotodocumentación, o de aquellos que utiliza el usuario en su investigación (Martín Moreno, 1999).

Estos métodos de recogida de datos, que utilizan la información suministrada por documentos existentes en el centro, y con una finalidad latente ajena a la realización de un estudio de usuarios, son denominados por algunos autores métodos documentales (Santaella y Ruiz, 2007).

Su utilización suele tener menor coste que los anteriores, si bien sus conclusiones suelen ser menos actuales que las obtenidas por métodos directos, dado que se utilizan materiales ya existentes al iniciarse la realización del trabajo, y por tanto menos recientes.

## 2.2. MÉTODOS DIRECTOS. TÉCNICAS MÁS UTILIZADAS.

En primer lugar, vamos a señalar, aunque de forma breve, las principales características de los métodos directos:

- **Las necesidades de información se conocen directamente a través de la información que aportan los usuarios.** Esto se debe a que es el propio usuario quien señala los hábitos y las necesidades de información que tiene.
- **La información que se obtiene puede ser exhaustiva y profunda.** Relacionada tanto con datos cuantitativos como cualitativos sobre el usuario, pues todo depende del objetivo del estudio. Para conseguirlo, lo que se requiere es un buen diseño de las herramientas de recogida de datos.
- **Permiten estudiar usuarios reales y potenciales,** pertenecientes a cualquier colectivo de usuarios. Son muy adecuados para conocer los hábitos y necesidades de los usuarios de bibliotecas públicas y de la industria.
- **Pueden ser costosos.** En recursos tanto económicos como humanos, ya que suelen requerir la aportación de importantes recursos económicos y la participación de un alto número de personas. Eso a veces supera la capacidad presupuestaria de muchos centros de información.
- **Pueden requerir mucho tiempo para su realización.** Al ser métodos que implican el seguimiento de procesos complejos en su realización, se produce un lapso de tiempo importante desde que se planifican hasta que se logran los resultados y las conclusiones.
- **Los datos están muy actualizados.** Por ser el usuario quien señala cuales son sus necesidades actuales de información o cual es la información que utiliza para las actividades profesionales o formativas.

En cuanto a las técnicas más utilizadas, vamos a centrarnos en tres, dado su mayor utilización en este tipo de estudios.

- **Encuesta Autoadministrada**

Gran parte de los estudios de usuarios se realizan a partir de ellas

- **Entrevista**

Consiste en una conversación entre dos personas.

- **Incidente Crítico**

Se puede considerar una variante de la entrevista personal.

Una vez indicados las características y los principales métodos directos, vamos a centrarnos en cada uno de ellos.

### 2.2.1. ENCUESTAS

La encuesta es un método de recogida de datos, que requiere de una herramienta o instrumento de medición que se conoce como cuestionario. Este consiste en un conjunto de preguntas tipificadas, respecto a una o más variables a medir, dirigidas a una muestra representativa de la población para averiguar estados de opinión o hechos.

El cuestionario, como cualquier instrumento de medida, debe cumplir dos requisitos esenciales, fiabilidad y validez (Hernández Sampieri y otros, 2003). La *fiabilidad* se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce los mismos resultados, y la *validez* al grado en que un instrumento mide real-

mente la variable que se pretende medir. En el caso de este requisito, hay que tener en cuenta tanto la validez interna como la externa.

La *Validez interna* se refiere al grado de confianza que tenemos en que las mediciones obtenidas se refieran exactamente a la variable que se quería medir.

La *Validez externa* se refiere a la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos al estudiar un contexto determinado, a otros contextos diferentes.

Como indicamos antes, dentro del método de encuesta, tenemos varios tipos, como las encuestas autoadministradas, la entrevista y el incidente crítico.

En el caso de la autoadministrada, el usuario contesta el cuestionario de forma individual y aislada, en el centro de información, y lo entrega allí en su casa, o en el centro de trabajo, y lo envía por correo, ordinario o electrónico, según haya recibido el cuestionario. Según Cea D'Ancona (2004), podemos señalar lo siguiente de las encuestas:

- **Permite el estudio de un amplio abanico de cuestiones**, aspectos objetivos (de hechos) y subjetivos, no directamente observables (actitudes, valores, opiniones) del presente, pasado y futuro.
- **A veces, se plantea la necesidad de comprobar la veracidad de los datos**, porque la información se obtiene de las respuestas verbales (orales o escritas) pronunciadas por los encuestados, y en ocasiones, es posible que la información recabada no sea un fiel reflejo de la realidad que se analiza.
- **Consiste realmente en un procedimiento estandarizado de la recogida y análisis de los datos**, para que las respuestas se puedan comparar. La estandarización se justifica por la necesidad de proceder a una medición científica de los fenómenos sociales. Por ello, las diferencias en las respuestas se tienen que deber a divergencias entre los encuestados, y no a una aplicación diferencial de la encuesta. Para que esto sea tal y como se acaba de indicar, se tienen que realizar las mismas preguntas, en el mismo orden, a cada uno de los encuestados. Cuando intervengan entrevistadores, se debe evitar que su actuación sea desigual con los entrevistados.

Por otro lado, y según la misma autora, hay que señalar que se trata de una técnica que ofrece muchas posibilidades al investigador, ya que permite:

- Obtener información variada de un conjunto amplio de personas, ubicadas en distintas áreas geográficas, en un plazo de tiempo relativamente breve.
- Comparar los datos obtenidos en encuestas realizadas en fechas, países o áreas geográficas diferentes. Siempre que las encuestas sean “comparables” en su diseño (muestra, cuestionario) y aplicación.
- Generalizar los resultados, siempre dentro de los límites marcados en el diseño y en cada fase de la ejecución de la investigación.
- Evaluar la calidad de sus resultados, del cumplimiento de los criterios de validez y de fiabilidad, esto dependerá de la magnitud y variedad de los errores que se detecten en su ejecución, que pueden ser errores de no observación (de no cobertura, de muestreo y de no respuesta) y de observación o medición.

Entre las principales ventajas de la encuesta, hemos de citar las siguientes:

- El *Coste* de su realización, pues hay buena relación entre información conseguida y precio.
- Es una técnica muy adecuada para estudiar *Muestras muy amplias*.
- La *Sinceridad y objetividad* de las respuestas.
- Se pueden conseguir *Muchos datos en poco tiempo*.
- Al responderla donde y cuando quiera (dentro de unos plazos) se le da una cierta *Facilidad al usuario*.
- Los resultados son objetivos, ya que se hace un *Análisis cuantitativo de datos*
- Permite dirigirse a *Poblaciones dispersas*.

Como principales inconvenientes, pueden señalarse los siguientes:

- El relativamente bajo *Porcentaje de respuesta* que se obtiene, aunque este mejora cuando se distribuyen por correo electrónico.
- No es segura la *Fiabilidad de los datos*.
- Es un método de recogida de datos que *No es adecuado para todos los colectivos*.
- No existe *Contacto personal con el encuestado*
- Se carece de medios para *Comprobar la exactitud de las respuestas*.
- Ante determinadas preguntas, puede darse una *Posible inhibición en los encuestados* a la hora de responderlas.

La **Entrevista**, también se puede considerar una variante de la encuesta, pues consiste en una conversación en la que el entrevistador formula preguntas, normalmente preparadas previamente y a ser posible encuadradas en un cuestionario, con el fin de obtener información del interrogado. Se requiere que el entrevistador sea una persona muy bien preparada, que sepa de que va el estudio y el interés del investigador por conocer determinados aspectos, con objeto de influir lo menos posible en el entrevistado. En cualquier caso este método de recogida de datos suele utilizarse junto a otros, y no de forma aislada, con objeto de complementar la información recogida por los otros.

La entrevista puede ser de dos tipos, personal y telefónica. La entrevista personal requiere la presencia física en el mismo lugar, del entrevistador y del entrevistado, en cambio, en la telefónica la entrevista se hace sin dicha relación.

Entre las principales ventajas de la entrevista, señalaremos que:

- Se consigue una alta *Tasa de respuesta*.
- Hay una gran *Fiabilidad de los datos* recogidos.
- Se pueden llegar a conocer las *Necesidades reales de información* de los entrevistados.
- Al haber relación entre entrevistador y entrevistado, se puede conseguir una *Resolución personalizada de dudas*.
- Es una técnica muy *Apta para usuarios con bajo nivel cultural*

Y entre los inconvenientes de la entrevista, nos centraremos en los tres siguientes:

- Requiere muchos *Recursos económicos y humanos*.
- Puede adolecer de una cierta *Falta de objetividad y sesgos*.
- Es *Difícil de aplicar a poblaciones dispersas*.

La última técnica que hemos citado es la del **Incidente crítico**, que como hemos dicho se puede considerar una variante de la entrevista personal. Para llevarla a cabo,

al entrevistado se le pide que describa la última ocasión en que necesitó información de un tipo determinado o que dé detalles de la última vez que utilizó la biblioteca en un servicio específico, o de si la última vez que utilizó las bases de datos tuvo algún problema para realizar la búsqueda.

Un incidente crítico aislado apenas proporcionaría información sobre como funciona un centro o servicio, pero el conjunto de incidentes críticos permite tener un buen conocimiento general de los tipos de necesidades de los usuarios, de los servicios mas demandados, las fuentes mas utilizadas, etc.

El incidente crítico al concentrarse en un solo hecho reciente, fresco en la memoria del usuario, permite obtener ejemplos específicos de necesidades de información.

### 2.2.1.1. Diseño de encuestas. Fundamentos y pautas

En este apartado vamos a referirnos brevemente a una serie de consideraciones que hay que tener en cuenta siempre que queramos realizar un estudio mediante encuesta. Estas se indican esquemáticamente a continuación.

- **Decidir el tema de estudio.** Según algunos autores, (Tenopier, 2003; Cea D'Ancona, 2004) equivaldría a formular el problema de investigación, y constituye la primera parte del mismo. También habrá que tener en cuenta el colectivo de usuarios a estudiar, el centro de información a estudiar, o la disciplina con la que vamos a tratar. .
- **Decidir el tipo de encuesta,** esto es, decidir si para nuestro estudio es mejor la Autoadministrada o la entrevista personal.
- **Elaborar un presupuesto.** A partir de los recursos económicos y humanos disponibles.
- **Elaborar el cuestionario,** para conseguir el más conveniente a los objetivos del estudio.
- **Entrenar al personal que intervendrá en el estudio.** Es importante formar al personal de apoyo que vaya a intervenir en el estudio, sobre todo cuando se trate de entrevistadores que van a intervenir en la entrevista personal o en el incidente crítico.
- **Informar y preparar al personal del centro.** Es importante informar de los objetivos del estudio al personal de la institución donde se vaya a realizar, para así contar con su colaboración.
- **Decidir el tipo de muestreo y el periodo de recogida de datos.** Siempre es importante, pero aun más cuando se trata de poblaciones muy grandes. Hay dos grandes tipos de muestreo *Probabilístico* (muestreo aleatorio simple): donde cualquier usuario tiene la misma probabilidad de ser escogido, y *No probabilístico*: o de conveniencia, mediante el cual se decide, casi siempre por el investigador, que usuario deberá ser incluido en el estudio. En cualquier caso, cuando la muestra no se ha elegido al azar, los datos no serán generalizables.

- **Probar el cuestionario.** Pasándolo a un grupo pequeño de usuarios para comprobar si la estructura del mismo es adecuada y si las preguntas están redactadas de forma clara y precisa. A esto se le denomina *Pretest*.
  - ✓ El interés de probar el cuestionario, está en que aporta información referida a cuestiones como las siguientes:
  - ✓ Si las preguntas tienen sentido, si las comprende el usuario, y si provocan las respuestas esperadas. El significado que el investigador da a una pregunta puede que no se corresponda con el atribuido por el encuestado. Con el pretest se puede saber que la pregunta es comprendida con facilidad y no precisa de ninguna aclaración añadida.
  - ✓ Si las preguntas cubren toda la variedad que podemos encontrar en lo que se analiza. No debe ser una pauta de todo o nada. Si una pregunta aglutina tres cuartas partes de las respuestas en una opción puede que no está bien redactada.
  - ✓ Si la disposición de las preguntas en el cuestionario sigue una secuencia lógica y no influye en las respuestas. Cuando se prevean efectos en la respuesta por la localización de la pregunta, pueden probarse distintas ubicaciones para ver con cual se alcanzan mejores resultados, respuestas mas veraces y menos influidas por factores contextuales.
  - ✓ Las instrucciones incluidas en el cuestionario se entienden y no se precisa añadir más.
  - ✓ Que el tiempo que se tarda en rellenar las preguntas del cuestionario no afecta a la respuesta.

Además, el pretest no solo se circunscribe al cuestionario. Da información sobre las distintas fases de la encuesta, y ayuda *a priori*, a conocer algunos aspectos, como:

- ✓ El porcentaje aproximado de no respuesta, que se obtendrá al terminar el estudio.
- ✓ La idoneidad del marco muestral mostrado en la investigación.
- ✓ La variabilidad de la población respecto al tema que se analiza.
- ✓ La preparación de los entrevistadores.
- ✓ El coste aproximado del trabajo de campo.

También hay que indicar que el pretest se suele hacer con una pequeña muestra. Es tan importante que algunos autores aconsejan que, si no hay recursos para hacer una prueba piloto, no se haga el estudio.

Se puede pedir una revisión del cuestionario por expertos, para identificar errores de especificación y de respuesta. Una vez revisado, los expertos pueden aconsejar algún cambio, al suponer que puede convertirse en un instrumento mejor. Una vez que dispongamos del cuestionario definitivo, hay que continuar el proceso:

- **Enviar y recoger el cuestionario.** Se debe dar un plazo a los usuarios para que remitan el cuestionario cumplimentado.
- **Analizar los datos.** Una vez recibidos los cuestionarios es preciso normalizar, tabular y analizar los datos.

- **Obtener y difundir los resultados.** Finalmente se realiza un informe con los resultados y conclusiones derivadas del estudio.

### 2.2.2. ELABORACIÓN DE UN CUESTIONARIO

Cuando queramos elaborar un cuestionario para realizar una encuesta, tenemos que tener en cuenta varias cuestiones, si bien hay dos fundamentales, el diseño del mismo, y explicar el objetivo de la encuesta.

- **Diseño del cuestionario.** Hay que seguir los siguientes criterios:
  - ✓ Hacer preguntas claras. y concisas, pues el usuario tiene que entenderlas fácilmente, sobre todo en el caso de una encuesta autoadministrada.
  - ✓ No debe ser muy extenso, por tanto no debe incluir muchas preguntas.
  - ✓ No debe contener preguntas innecesarias, por lo que solo deben reflejarse las preguntas relacionadas con el tema de estudio y que son imprescindibles para el mismo.
  - ✓ No se deben hacer preguntas dobles, cada una debe hacerse de forma independiente. Por tanto, nunca debemos preguntar: *¿Qué piensa del servicio de préstamo y de referencia?*, pues al usuario se le crea un conflicto, sobre todo si cree que uno funciona bien y el otro mal.
- **Explicar el objetivo de la encuesta.** El usuario debe saber porqué se le quita parte de su tiempo, y por tanto, hay que explicárselo de una forma clara y precisa. Además, hay que agradecerles su colaboración. Por ello,
  - ✓ Los cuestionarios deben comenzar con un mensaje de presentación del investigador, que debe ser cuidadosamente elaborado.
  - ✓ Al principio de este mensaje debe figurar la identificación de la institución o centro responsable de la investigación, porque, esta información suele dar seriedad al estudio, a continuación hay que indicar el objetivo del trabajo, y terminar agradeciendo al encuestado su colaboración. Si el cuestionario se hace para una entrevista, el entrevistador debe saludar al entrevistado, dar el nombre y la empresa para la que se hace el estudio, e indicar su objetivo. Dentro de este mensaje explicativo, también se puede hacer referencia a la garantía de confidencial y anonimato de sus respuestas.
  - ✓ El cuestionario debe contar con indicaciones para responder a las preguntas.
- **Dirigir el cuestionario a la persona adecuada.** Ello evitará demoras y mejorará la tasa de respuesta. Si estamos haciendo una encuesta sobre el uso de información en una empresa, se podrá dirigir al Director del Departamento de documentación, pero no al Gerente General.
- **Hacer un seguimiento de los cuestionarios no contestados,** para mejorar la tasa de respuesta, aunque al ser anónimas se trata de un trabajo difícil, a no ser que vayan codificados de alguna manera y podamos detectar que usuario lo ha reenviado y quien no.

### 2.2.2.1. Tipo de preguntas que pueden incluir los cuestionarios

Las preguntas pueden ser de dos tipos, cerradas y abiertas.

**Cerradas.** Este tipo de preguntas se utiliza cuando se puede prever la respuesta del usuario y se le puede dar las distintas opciones de respuesta. En estos casos, el usuario solo tiene que elegir una de las respuestas que se proponen. Son las más fáciles de contestar, se tarda menos en cumplimentar el cuestionario y se obtienen resultados homogéneos. Sin embargo, son más difíciles de elaborar, y en ocasiones condicionan la respuesta.

**¿Es la primera vez que viene a esta biblioteca?**

SI  NO

**Cerradas con respuesta múltiple.** En este caso, se le dan al usuario distintas opciones para que conteste, pero en este caso, puede elegir una o más de las opciones.

**¿Qué fuentes utiliza más frecuentemente?**

Monografías

Publicaciones periódicas

Tesis

Actas de congresos

Otras (especificar) \_\_\_\_\_

**Cerradas con rangos.** Se utilizan cuando las características estudiadas del usuario permiten prever una gran heterogeneidad. Las opciones se agrupan en rangos, y el encuestado solo puede marcar una de ellas, pues son autoexcluyentes

**Indique en cual de los siguientes rangos propuestos se encuentra su edad**

MENOR DE 14 AÑOS

DE 14 A 20 AÑOS

DE 21 A 34 AÑOS

DE 35 A 50 AÑOS

DE 51 A 65 AÑOS

MAYOR DE 65 AÑOS

**Abiertas.** Se plantean cuando no se puede prever la contestación del usuario. Este tipo de preguntas permite que el usuario exprese libremente su opinión, y que el usuario conteste libremente, pero son las que ofrecen datos más heterogéneos:

**¿Que opina del horario de apertura del centro?**

Este tipo de pregunta se elabora muy fácilmente, y permite obtener una información amplia y exacta, pero su contestación requiere más tiempo, y el análisis de las

respuestas de este tipo supone un mayor esfuerzo para el encuestador, que finalmente, puede dotar la respuesta de subjetividad.

Dependiendo de los objetivos del estudio, se plantearán preguntas de uno u otro tipo, pero siempre hay que buscar aquellas que proporcionen las respuestas más adecuadas a nuestro planteamiento, y que nos faciliten el análisis en mayor medida.

#### 2.2.2.2. Tipos de cuestionarios

Hay tres grandes tipos de cuestionarios, en función del orden de las preguntas y del tipo de las mismas.

- **Estructurados**, en los que las preguntas se presentan en un orden muy preciso. Este cuestionario se divide en bloques y cada uno de ellos aborda determinadas características de los usuarios. La mayoría de las preguntas son cerradas (se redactan rigurosamente para que facilite su interpretación). Incluye más preguntas cerradas que abiertas.
- **Semiestructurados**. En ellos, las preguntas se presentan en un orden preciso pero esas preguntas generalmente son abiertas.
- **No Estructurados**. En estos, el orden de las preguntas no es preciso, pues no se estructuran en bloques, sino que se plantea una lista de temas sobre los que el usuario da su opinión. En este caso las preguntas son abiertas.

A la hora de recoger datos, el cuestionario más eficaz es el estructurado, consiguiéndose una mayor eficacia de las encuestas, cuanto mayor nivel cultural tenga el encuestado.

### 2.3. MÉTODOS INDIRECTOS. TÉCNICAS MÁS UTILIZADAS

Como indicamos en el apartado 2.1, estos métodos permiten conocer características de los usuarios de información, sin que estos participen en el estudio. Las dos técnicas más utilizadas son el análisis de referencias y el análisis de peticiones de documentos.

#### 2.3.1. ANÁLISIS DE REFERENCIAS

Consiste en recoger la información a partir de la bibliografía referenciada por los investigadores en sus trabajos científicos. El objetivo de su empleo es conocer el uso y las necesidades de información de distintos colectivos científicos. Dado el material que se utiliza para obtener la información, este método no sirve para estudiar cualquier comunidad de usuarios, pudiéndose aplicar únicamente al estudio de comunidades científicas, debido a que sus componentes son los que realizan y publican los trabajos científicos.

A partir de un análisis de referencias, podemos conseguir una gran cantidad de información sobre las características del colectivo de usuarios por el que estemos interesados, tal y como indicamos a continuación:

- Sobre la obsolescencia de los documentos que utilizan en su labor investigadora.
- Sobre la temática de los documentos que consultan, que en principio puede estar muy relacionada con la de su trabajo de investigación.
- Sobre la tipología documental que tiene mayor interés para ellos.
- Sobre los idiomas en los que trabaja, y por tanto en cuantos idiomas se le puede proporcionar información de interés.
- Sobre la parte de su trabajo que reutilizan, ya que se supone que cuando un autor cita un trabajo previo suyo, o se autocita, lo que está indicando es que sigue trabajando en el mismo o similar tema.
- Sobre los títulos de las fuentes, que nos permitirá saber la dispersión de las mismas en áreas determinadas.

En muchos de los servicios de un centro de información interesa conocer los datos que proporcionan los estudios de usuarios. Estos resultados son de interés para:

- La adquisición, pues de esta forma puede comprar los documentos adecuados a la tipología preferida del usuario del centro, a su capacidad idiomática, a la temática en la que esté interesado, etc.
- La organización del libre acceso, pues en función de los resultados que se obtengan podrán poner más cerca del usuario los documentos que más utilice.
- La evaluación del centro, pues permite conocer como se adecuan tanto la colección como los servicios a las necesidades de los usuarios.
- La elaboración de productos de interés para el usuario que se detecten en la investigación.
- La realización de perfiles de usuarios, para poder hacer grupos homogéneos, y ofrecer a cada uno lo que necesiten.

### 2.3.2. ANÁLISIS DE PETICIÓN DE DOCUMENTOS

Cuando se utiliza este método, la información necesaria para realizar el estudios de usuarios se obtiene de documentos existentes en el centro, pero generados con una finalidad ajena al estudios de usuarios, como puede ser la solicitud de distintos servicios. Así, entre los documentos sobre peticiones que se pueden analizar, encontramos los siguientes:

- La petición de préstamos de la propia colección
- La petición de fotocopias
- La solicitud de documentos en sala
- Los préstamos interbibliotecarios solicitados

De los documentos señalados, se obtiene información sobre distintos aspectos del centro, referida a muy distintas cuestiones referidas tanto a los fondos propios

como a los ajenos. Con respecto a los fondos propios del centro los estudios de usuarios nos informan sobre la:

- Utilización que hacen los usuarios de la colección, servicios y recursos que posee el centro
- Obsolescencia de la colección, para saber si los documentos pueden seguir interesando al usuario, o no.
- Temática de los fondos de la colección, y si se adecua a los intereses de los usuarios.
- Tipología documental que compone la colección, y analizar el tipo de documento preferido por los usuarios.
- Idioma de los documentos que tenemos en los fondos, para saber si los idiomas en que se encuentran son adecuados a lo que están solicitando los usuarios o no.

Además de proporcionarnos información sobre las características de nuestros propios fondos, también lo hacen de los fondos externos. El centro de información puede realizar un estudio de usuarios para saber cuales de los centros a los que solicita los documentos que no posee, son los que mejor satisfacen las necesidades de sus usuarios. Por esto decimos que se puede obtener información de fondos externos, o lo que es lo mismo, de los centros suministradores de documentos pedidos a través del servicio de préstamo interbibliotecario.

La aplicación de esta técnica, es muy importante para los centros de información, ya que permite caracterizar a cualquier tipo de usuario, y algunos de los servicios del centro de información pueden estar interesados en conocer la información que proporciona un estudio de usuarios así realizado. Por ejemplo, estos datos son de interés en:

- La adquisición de documentos, pues se comprarán aquellos que permitan satisfacer el mayor número de necesidades de los usuarios.
- En el préstamo, fundamentalmente en la política del centro sobre él, pues conocer a los usuarios, permitirá establecer tramos de préstamo diferentes.
- En la evaluación, tanto del centro como de la colección, pues la información obtenida mediante estos estudios permite saber si la colección o los servicios están satisfaciendo adecuadamente las necesidades de los usuarios.
- En la realización de perfiles, para poder segmentar a los usuarios en función de sus características, y crear grupos homogéneos en cuanto a determinados aspectos, para ofrecer a cada grupo lo que necesite.
- En la organización del libre acceso, ya que permitirá saber cuales son los documentos que más se utilizan, y estos deberán ubicarse lo más cerca posible del usuario.
- En la catalogación, ya que, si un documento ha sido muy solicitado, los encargados del servicio tendrán que hacerle una catalogación más rápida, con objeto de que pueda estar en manos de los usuarios lo antes posible

### 3. INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE USUARIOS.

Independientemente del método que se utilice para recoger información sobre los usuarios, no podemos olvidarnos de que tenemos que seguir una metodología de investigación adecuada, para dotar a la disciplina de carácter científico. Desde mi punto de vista, la Metodología de la Investigación es la materia que dota de perspectiva científica a la Biblioteconomía, siendo, sus elementos fundamentales:

- La *investigación*, como proceso o actividad.
- La *ciencia*, considerada como conocimiento teórico y sistematizado.
- El *método científico*, como elemento vinculante entre los anteriores, dado que se aplica al proceso de investigación para conseguir que los resultados científicos obtenidos, se conviertan en ciencia.

Podemos considerar la investigación como la actividad o el proceso que va a generar ciencia, o lo que es lo mismo, resultados y conocimiento científico que surgen de la investigación. El método científico es el elemento vinculante entre investigación y ciencia, puesto que es preciso aplicarlo para que un conocimiento, o la investigación que lo origine, se pueda considerar científico. Por tanto el método científico es el rasgo característico de la ciencia, y de hecho, autores como Bunge (1989) han llegado a decir que *el método científico es un rasgo característico de la ciencia, tanto de la pura como de la aplicada: donde no hay método científico no hay ciencia*. Realmente, el método científico es un procedimiento de actuación general en la actividad científica, que tiene carácter instrumental y por ello, es susceptible de ser empleado por todas las ciencias.

Según Bertrand Russell (1989), el método científico consiste en observar hechos que permitan al observador descubrir las leyes generales que los rigen. Ahora bien, ello requiere los siguientes procesos:

- Observar los hechos significativos de la realidad
- Proponer hipótesis que, si son verdaderas, explicarán aquellos hechos
- Deducir consecuencias, a partir de dichas hipótesis, que puedan someterse a prueba mediante observación.
  - ✓ Las hipótesis se aceptarían como verdaderas, de forma provisional, si las consecuencias se verifican

Ahora bien, para conseguir aceptar o rechazar las hipótesis, hay que seguir una serie de pasos. Según el esquema general de Busha y Harter (1990), la aplicación del método científico, requiere los siguientes:

- Plantearse el problema a investigar
- Revisar la literatura
- Identificar el problema de forma específica
- Proponer hipótesis para tratar de explicar el problema
- Diseñar la metodología a seguir en el proceso de investigación
- Recoger los datos, analizarlos e interpretar los resultados
- Hacer públicos los resultados del estudio

Si cualquier investigación científica que hagamos, debe suponer la aplicación del método científico, lógicamente, cuando queramos realizar un estudio de usuarios, también debemos aplicarlo por muy diferentes motivos, pero sobre todo porque:

- Su aplicación permitirá que los resultados obtenidos en un trabajo, sean contrastados por otros investigadores que realicen estudios similares.
- Los resultados obtenidos serán comparables, algo prácticamente imposible hasta ahora, ya que además de utilizarse muy diversas técnicas, apenas si se ha aplicado la estadística inferencial, por lo que no se han podido generalizar, etc.
- Se evaluará la investigación científica que se ha llevado a cabo, se revisará el proceso seguido, las hipótesis planteadas, etc.
- El conocimiento que se obtenga se podrá considerar científico, siempre y cuando este sea contrastado y evaluada la investigación. Cuando esto ocurre dicho conocimiento puede integrarse en un proceso continuo de aprovechamiento que, según Maltrás (1996), conforma un archivo de la ciencia, y a medida que se acumula, se puede convertir en la base de nuevas investigaciones científicas de otros investigadores.

Por otro lado, la ciencia es considerada como una institución social, que tiene carácter tangible. En ella, trabajan los investigadores de forma organizada y sistemática, para obtener resultados que van a incidir de manera notable en la sociedad, de forma que la investigación científica se va a convertir en una actividad con gran relevancia social y económica (Sánchez Ron, 2002). Esta faceta social da origen a un proceso de realimentación, en el sentido de que cuantos más beneficios se obtienen de la investigación, más se apoya a la ciencia y, por tanto se forman más científicos que producirán nuevos resultados científicos, lo que a renueva e intensifica el ciclo.

Para que los resultados obtenidos por los investigadores se conviertan en conocimiento científico, es preciso que se hagan públicos y que sean conocidos tanto por la comunidad científica como por la sociedad, pues ello permitirá que sean contrastados, y que se evalúe la investigación. De forma que podemos decir que el progreso científico se logra gracias al trabajo de los científicos y a su capacidad para seguir investigando a partir de los trabajos previamente realizados por otros investigadores. Por tanto, es fundamental que los resultados obtenidos en una investigación científica, se difundan.

Para cerrar esta revisión, solo me queda insistir en la importancia de aplicar el método científico en toda investigación que llevemos a cabo en cualquier área, Dado que la investigación sobre los usuarios es de vital importancia para cualquier centro de información, será imprescindible aplicar el método científico independientemente de la técnica que utilicemos, con objeto de que el conocimiento que se genere a partir de dicha investigación, se convierta en conocimiento científico acumulativo.

#### 4 BIBLIOGRAFÍA

- BOUAZZA, A. Information user studies En: A. KENT (Ed.) *Encyclopedia of Library and Information Science*. New York: Marcel Dekker, Inc., 1989: 144-64.
- BUNGE, M. *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*. Barcelona: Ariel 1989.
- BUSHA, CH. H.; HARTER, S. P. *Métodos de investigación en Bibliotecología: Técnicas e interpretación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. (Monografías, n.º. 8), 1990.
- CEA D'ANCONA, M. A. *Metodología cuantitativa: estrategia y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis, 1996.
- CEA D'ANCONA, M. A. *Métodos de encuesta: teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid: Síntesis, 2004.
- COOPER, M. Perspectives on qualitative research with quantitative implications: Studies in information management En: J. D. Glazier; R. R. Powell (Eds.) *Qualitative research in information management*. Englewood (Colorado): Libraries Unlimited, Inc, 1992: 14-20.
- DERVIN, B. From de mind's eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology. En: J. D. Glazier; R. R. Powell (Eds.) *Qualitative research in information management*. Englewood (Colorado): Libraries Unlimited, Inc, 1992: 61-84.
- EXON, A. Getting to know the user better. *Aslib Proceedings*, 1978, 30/10-11: 352-64.
- GLAZIER, J. D. Qualitative an nonqualitative research methodologies: Thesis, antithesis or synthesis? En: J. D. Glazier; R. R. Powell (Eds.) *Qualitative research in information management*. Englewood (Colorado): Libraries Unlimited, Inc, 1992: 201-14.
- GONZÁLEZ RAMOS, A.M.; FERNÁNDEZ PALACÍN, F.; MUÑOZ MÁRQUEZ, M. Diseño de encuesta sobre las metodologías y la actividad científica de los equipos de investigación. *Metodología de encuestas*, 2004, 6/2: 133-145.
- HERNÁNDEZ SALAZAR, P. (Coord). *Seminario Latinoamericano sobre Formación de Usuarios de la Información y los Estudios de Usuarios*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 1997.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTAS LUCIO, P. *Metodología de la investigación*. 3ª ed. México: McGraw-Hill, 2003.
- LINE, M. B. (1998). An information world apart: The Royal Society Scientific Information Conference of 1948 in the light of 1998. *Journal of Documentation*, 1998, 54/3: 284-92.
- MALTRÁS, B. *Los indicadores bibliométricos en el estudio de la ciencia. Fundamentos conceptuales y aplicación en política científica*. [Tesis Doctoral]. Salamanca: Universidad de Salamanca, 1996.
- MARTÍN MORENO, C. *Hábitos y necesidades de información de los científicos experimentales encuadrados en el área de ciencias de la vida*. Universidad Carlos III de Madrid. [Tesis doctoral]. 1999. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10016/479>.
- MARTÍN MORENO, C.; SANZ CASADO, E. Aplicación de dos técnicas de reco-

- gida de datos: Validación de los resultados de un estudio de usuarios. *Investigación Bibliotecológica*, 2001, 15/30: 194-213.
- MENZEL, H. Information needs and uses in science and technology. *Annual Review of Information Science and Technology*, 1966, 1: 41-69.
- MOORE, N. *Medición de la eficacia de las bibliotecas públicas*. París, UNESCO (Unesco Doc. PGI/89/WS/3), 1989.
- ODINI, C. Trends in information needs and use research. *Library Review*, 1993, 42/7: 29-37.
- PAISLEY, W. J. Information needs and uses. *Annual review of Information Science and Technology*, 1968, 3: 1-30.
- ROYAL SOCIETY OF LONDON. *Scientific Information Conference*. Londres: The Royal Society, 1948.
- RUSSELL, B. *La perspectiva científica*. 2ª ed. Barcelona: Ariel, 1989.
- SANTAELLA RUIZ, R. D.; RUIZ RODRÍGUEZ, A. A. *Estudio de usuarios de información aplicado al archivo: la ciudad de Jaén*. Jaén: Universidad de Jaén, 2007.
- SÁNCHEZ RON, J. M. *Los mundos de la ciencia. Del Big Bang al 11 de septiembre*. Madrid: Espasa Forum, 2002.
- SANZ CASADO, E. *Manual de estudios de usuarios*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1994.
- SANZ CASADO, E.; MARTÍN MORENO, C. Técnicas bibliométricas aplicadas a los estudios de usuarios. *Revista General de Información y Documentación*, 1997, 7: 41-68.
- SRIDHAR, M. S. Understanding the user - why, what and how? *Library Science*, 1995, 32/4: 151-64.
- TENOPIER, C. Information metrics and user studies. *Aslib Proceedings*, 2003, 1/2: 13-17.
- WILSON, T. D. On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, 1981, 37/1: 3-15.
- WILSON, T. D. Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 1999, 55/3: 249-70.