

**Escuela de Bibliotecología**  
**Asignatura: Estudio y Educación de Usuarios**  
**Profesora: Sra. Carmen Pérez O.**  
**Ayudante: Sra. María Eliana Jirón**

## CONCEPTOS DE ESTUDIOS DE USUARIOS

### 1.- Usuario

Son individuos o grupos de personas que enfrentan una realidad que les plantean problemas y que tienen una capacidad para resolverlos, la que supone la identificación de requerimientos de información y la utilización de dicha información.

- Son quienes definen las políticas y productos de un sistema de información.
- Es un componente activo, participativo y determinante en los sistemas de información.
- Son quienes utilizan la información para la toma de decisiones o aplicarla en procesos de decisión.

Existen los siguientes tipos de usuarios:

**1.- Usuarios Reales:** personas o instituciones que hacen un uso efectivo de los recursos y servicios de una unidad de información.

- Usuarios Irregulares o esporádicos
- Usuarios Frecuentes: estos saben lo que necesitan, usan directamente los servicios.

**2.- Usuarios Potenciales:** aquellos que reúnen las características por los cuales fue diseñado el sistema, pero que por diferentes razones no hacen uso de sus recursos.

### 2.- Lector

El lector es quien codifica el mensaje de un texto o imagen, lo cual implica un proceso comunicacional: la lectura. Este se convierte en receptor de los datos contenidos en el texto para convertirlos en información, y quizás en conocimiento. Por esto, existen muchas variables que influyen en el resultado de este proceso intelectual, así como en los diferentes tipos de lectores.

El desarrollo del lector comienza desde los primeros años de vida, siendo la escuela un espacio para que este adquiera ciertas habilidades y técnicas de mejora en el proceso lector.

El lector posee ciertos comportamientos frente a la lectura:

- 1.- *Grado cero de lectura:* El escrito es totalmente mudo para el sujeto. No hay construcción de sentido.
- 2.- *Descifre de supervivencia:* Lo que predomina es la necesidad de limitar las preguntas que plantea el escrito a los casos considerados indispensables. En el sujeto se desarrolla la idea de que se puede sobrevivir limitando al máximo las ocasiones de leer.
- 3.- *El descifre rápido:* La relación entre velocidad de lectura y comprensión es insuficiente mientras exista un grado amplio de descifre. El lector no interactúa lo suficiente con lo escrito.
- 4.- *La lectura eficaz:* El lector logra descifrar el texto para convertirlo en información atingente.

Una lectura puede ser:

- 1.- Integral
  - a.- Oralizada: lee en voz alta y comprende lo que lee o lee en voz alta y no comprende lo que lee.
  - b.- Silenciosa: lee en voz baja y comprende lo que lee o lee en voz baja y no comprende lo que lee.
- 2.- Selectiva: busca un elemento preciso en un documento

### 3.- Dato

Un dato es un conjunto discreto, de factores objetivos sobre un hecho real. Dentro de un contexto empresarial, el concepto de dato es definido como un registro de transacciones. Un dato no dice nada sobre el porqué de las cosas, y por sí mismo tiene poca o ninguna relevancia o propósito.

Las organizaciones actuales normalmente almacenan datos mediante el uso de tecnologías. Desde un punto de vista cuantitativo, las empresas evalúan la gestión de los datos en términos de coste, velocidad y capacidad.

- La primera es que demasiados datos hacen más complicado identificar aquellos que son relevantes.
- Segundo, y todavía más importante, **es que los datos no tienen significado en sí mismos.**

Los datos describen únicamente una parte de lo que pasa en la realidad y no proporcionan juicios de valor o interpretaciones, y por lo tanto no son orientativos para la acción.

#### 4.- Información

Reflexionando sobre el origen de la palabra información, **ésta significa "dar forma" -- significación-**, pero ¿quién actúa para dar significación?, ¿Cuándo? y ¿por qué?. Respondiendo a esta pregunta, diríamos que los seres vivos, sin excepción, se enfrentan a la necesidad de adecuarse en forma permanente a las condiciones del entorno. Los datos más simples perceptibles mediante los sentidos, representan insumos para generar información, la cual se emplea para apoyar la toma de decisiones y sustentar las propias acciones.

Como han hecho muchos investigadores que han estudiado el concepto de información, lo describiremos como un mensaje, normalmente bajo la forma de un documento o algún tipo de comunicación audible o visible. Como cualquier mensaje, tiene un emisor y un receptor. La información es capaz de cambiar la forma en que el receptor percibe algo, es capaz de impactar sobre sus juicios de valor y comportamientos. Por lo tanto, estrictamente hablando, es el receptor, y no el emisor, el que decide si el mensaje que ha recibido es realmente información, es decir, si realmente le informa

La información es un recurso relevante en el desarrollo científico y técnico de la sociedad moderna, es el vehículo que transmite el conocimiento, por lo tanto es un elemento esencial para el bienestar y el progreso. La información es necesaria para la toma de decisiones, el acceso y uso de ella ha dividido a los ciudadanos en pobres y ricos en información, unos que no tienen acceso a ella, y otros que tienen acceso a la información para las toma de decisiones acertadas y satisfactorias.

Emilia Currás, sostiene que la información no existe por sí misma, y que sólo se produce en nuestro cerebro cuando la percibimos, analizamos y enjuicamos, según la intencionalidad que captamos en ella. Emilia sugiere considerar a la información desde dos enfoques diferentes:

1. La información como fenómeno, la cual se genera en el entorno, independientemente de nosotros mismos, y es susceptible de captarse en forma consciente o inconsciente.
2. La información como proceso, elaborada por nosotros mismos a partir de documentos.

Debido al crecimiento "explosivo" que ha tenido la información en las últimas décadas las organizaciones necesitan de una gestión adecuada para mantener sus procesos productivos y comerciales.

Para V. Cano (1999) el concepto de "**gestión de información**" ha sido facilitada por dos factores : el incremento del uso de tecnologías que faciliten el almacenamiento y procesamiento de grandes cantidades de datos en el nivel de alfabetización informativa de la fuerza laboral.

La información podemos entenderla como la significación que adquieren los datos como resultado de un proceso consciente e intencional de adecuación de tres elementos: datos del entorno, propósitos y contexto de aplicación y estructura de conocimientos del sujeto.

#### 5.- Conocimiento:

¿Qué es el conocimiento?. Esta pregunta ha sido considerada por las mentes más privilegiadas del pensamiento occidental, desde Aristóteles y Platón hasta la actualidad.

**El diccionario define conocimiento como: "El producto o resultado de ser instruido, el conjunto de cosas sobre las que se sabe o que están contenidas en la ciencia".** El diccionario acepta que la existencia de conocimiento es muy difícil de observar y reduce su presencia a la detección de sus efectos posteriores. Los conocimientos se almacenan en la persona (o en otro tipo de agentes). Esto hace que sea casi imposible observarlos.

Para Davenport y Prusak (1999) el conocimiento es una mezcla de experiencia, valores, información y "saber hacer" que sirve como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información, y es útil para la acción. Se origina y aplica en la mente de los conocedores. En las organizaciones con frecuencia no sólo se encuentra dentro de documentos o almacenes de datos, sino que también esta en rutinas organizativas, procesos, prácticas, y normas.

Para Muñoz Seca y Riverola (1997) el "*conocimiento es la capacidad de resolver un determinado conjunto de problemas con una efectividad determinada*".

El conocimiento existe dentro de las personas, como parte de la complejidad humana y de nuestra impredecibilidad. Aunque solemos pensar en activos definibles y concretos, los activos de conocimiento son mucho más difíciles de manejar. El conocimiento puede ser visto como un proceso (flujo) o como un stock.

El conocimiento se deriva de la información, así como la información se deriva de los datos. Para que la información se convierta en conocimiento, las personas debe hacer prácticamente todo el trabajo. Esta transformación se produce gracias a:

- Comparación.
- Consecuencias.
- Conexiones.
- Conversación.

Estas actividades de creación de conocimiento tienen lugar dentro y entre personas. Al igual que encontramos datos en registros, e información en mensajes, podemos obtener conocimiento de individuos, grupos de conocimiento, o incluso en rutinas organizativas.

Datos	Información	Conocimiento
<p>Observaciones sencillas de los estados del mundo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se estructuran fácilmente</li> <li>• Se capturan con facilidad en las máquinas</li> <li>• A menudo se cuantifican</li> <li>• Se transfieren con facilidad</li> </ul>	<p>Datos dotados de pertinencia y propósito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere una unidad de análisis</li> <li>• Necesita consenso sobre el significado</li> <li>• La intermediación humana es indispensable</li> </ul>	<p>Información valiosa de la mente humana. Incluye reflexión, síntesis y contexto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Difícil de estructurar</li> <li>• Difícil de capturar en las máquinas</li> <li>• A menudo es tácito</li> <li>• La transferencia es complicada</li> </ul>

## 6.- El Cliente

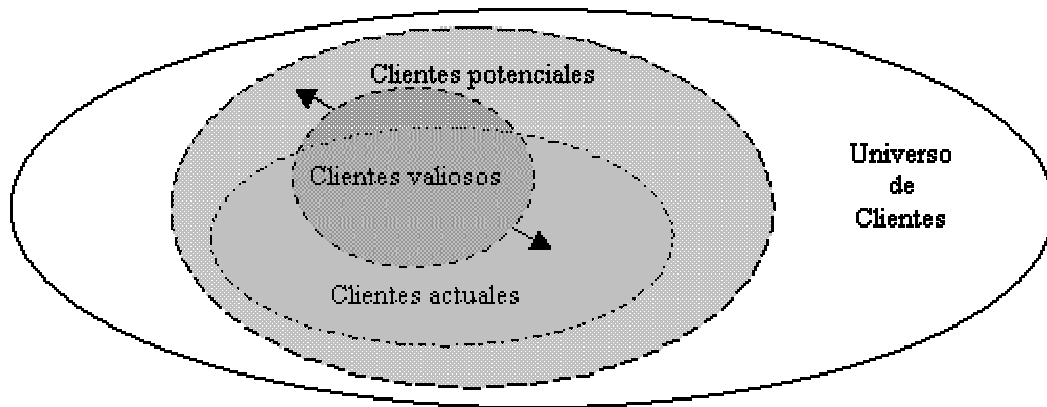
Entre las diversas tendencias aparecidas en los últimos tiempos encontramos diferentes planteamientos. Por ejemplo, por una parte se tiende a *convertir al cliente en aliado*; por otra, a conseguir que *el conocimiento empresarial se quede y crezca en la organización*; una tercera nos recomienda implantar *sistemas de comunicación virtuales intra y extraempresariales*. Estos predicados, aunque pudieran parecerlo, no son antagónicos sino complementarios. Todos buscan multiplicar el conocimiento y, para ello, acuden a fuentes internas y externas.

Para llevar a buen fin esta búsqueda, podemos empezar con algunos supuestos básicos sobre el cliente y las relaciones que con ellos mantenemos:

- 1º Cada cliente y cada relación son diferentes y, por tanto, únicas.
- 2º La información que nos proporciona el cliente es una cosa y el conocimiento que sepamos sacar de ella, otra bien distinta.
- 3º Toda relación es susceptible de mejora
- 4º No todos los clientes son vitales para la empresa. Hay que ser selectivos, sobre todo hoy en día.
- 5º La confianza se construye en cada interacción, a lo largo de la vida empresarial. Pero basta un momento para destruirla.
- 6º Una declaración de intenciones es casi siempre necesaria y oportuna, pues crea expectativas en el cliente. Pero si no va acompañada de hechos, o si nuestro comportamiento (individual o de la empresa) la desmiente, será el fin de muchas de nuestras relaciones.

## Selección de Clientes

Una clasificación muy sencilla sería distinguir de todo el universo de clientes los potenciales, a los que podríamos llegar, separándolos según el esfuerzo necesario para captarlos; después, y más cercanos a la empresa, entre los que *ya son clientes*, aún podemos distinguir los que tienen un alto valor para la empresa de los demás. Siguiendo el esquema que presentamos:



Una de las cuestiones a tener en cuenta al relacionarse con los clientes (u otros agentes de intercambio) es que tanto la empresa como el cliente parten con la intención de obtener un beneficio. Para que ninguna de las partes quede defraudada, este beneficio tiene que ser mutuo.

### ¿Qué es la Gestión del Conocimiento?

La creación de conocimiento organizacional (Nonaka, 1995) debe entenderse como la capacidad orgánica para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de una organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas. Es la clave del proceso a través del cual las empresas innovan.

El concepto general de gestión del conocimiento implica básicamente el desarrollo de la gestión estratégica de las siguientes áreas (Blanchart, 2000).

- Gestión de la información
- Gestión de inteligencia
- Gestión de documentación
- Gestión de recursos humanos
- Gestión de innovación y cambio
- Organización del trabajo

Se trata entonces de un proceso formal y de carácter integrador, cuya implementación está orientada sobre la base de la respuesta a los siguientes interrogantes:

- ¿Qué conocimiento, si lo tuviéramos en la organización, permitiría que esos procesos funcionaran con mayor efectividad?
- ¿Ese conocimiento ya está en la organización, pero no llega a los lugares adecuados en el momento preciso? ¿O es un conocimiento que tendremos que adquirir fuera de la organización?
- ¿Quién utiliza el conocimiento?
- ¿Cómo podemos empezar a transmitir conocimiento a las personas?

### 7.- Generadores de Información

Con la explosión de la información, gracias a la globalización del conocimiento permitido por las nuevas tecnologías de la información a partir de 1992, se han dado cambios fundamentales en la forma de acceder, obtener, administrar y diseminar la información que hoy están consolidando un nuevo arquetipo de la sociedad moderna (Toffler): Ellos son los generadores de información (tecnosfera), quienes la utilizan (sociosfera) y finalmente los intermediadores que la vuelven accesible (infosfera). Estos últimos son llamados a ser los nuevos "millonarios del futuro" y hoy se están conformando como parte fundamental de esta nueva cibernsiedad, la de la **información**.

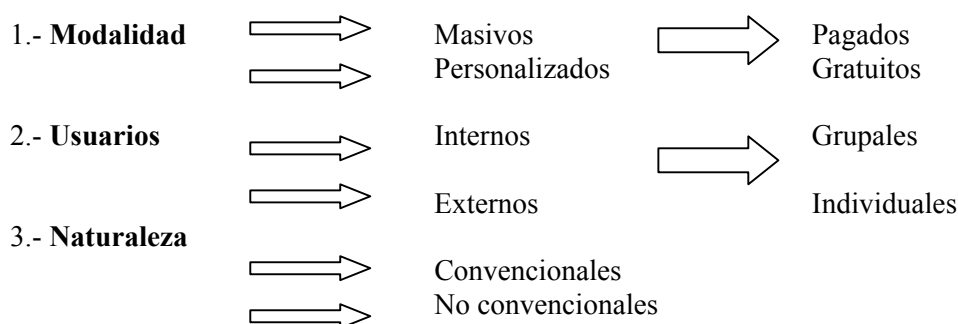
Es apremiante la situación para el usuario que compete con otro ubicado en la infoesfera cuyo desarrollo tecnológico y científico está más avanzado (gracias a la modernidad de los medios de comunicación que utilizan), por cuanto sólo le quedan tres alternativas: la primera es dedicar mucho esfuerzo en la búsqueda de información a través de bibliotecas y centros de documentación entre otros, con la consecuente pérdida de tiempo y dinero y la segunda es conformarse con pocas o ninguna fuente de información, corriendo el riesgo de caer en costosas duplicaciones en caso de que la documentación generada como producto de su acción investigativa coincida con otra que ya ha sido publicada en medios

diferentes o similares a los utilizados por él. Una tercera es la utilización de un motor de búsqueda sobre Internet para obviar la ineficiencia de la primera alternativa y la irrelevancia de la segunda para llegar a ser considerado como competidor exitoso en la cibernsiedad.

El segmento de creación de información esta constituido por todas las organizaciones, en el sector publico y en el privado, que crean información, es decir que generan propiedad intelectual. Se trata de contenidos que posteriormente serán utilizados por organizaciones y ciudadanos gracias a los instrumentos de proceso y manejo de información. Pertenecen, pues, a este segmento de los contenidos: todos los tipos pensables de autor (escritor, compositor, fotógrafo), que producen información primaria; todos los tipos de editor que tratan la información para hacerla accesible a otros (como, por ejemplo, editores de libros o los realizadores de productos audiovisuales o multimedia); los generadores de información secundaria (como, por ejemplo, los compiladores de bases de datos o los productores de servicios de información).

### 8.- Servicios de Información

Los servicios que otorga una unidad de información están estrechamente relacionados con el tipo de información que administra y los tipos de usuarios a los que está destinada dicha información. Se debe considerar las siguientes variables en la categorización de los servicios:



Los servicios se van adaptando a las necesidades de los usuarios, sólo si el sistema tiene la capacidad de detectar, analizar, mejorar y/o crear servicios y/o productos con relación a su colección y sus usuarios. De no ser así, el sistema no está cumpliendo con sus íntegramente su objetivo: dar un servicio y/o producto de calidad a su comunidad.

El autor Richard Bopp divide los servicios de referencia de la siguiente forma:

Tipo de Servicios	Descripción	Ejemplos
Información	Resuelven las consultas de los usuarios	Preguntas de respuesta rápida, consultas bibliográficas, obtención de un documento.
Formación	Tratan de educar al usuario en el uso de la biblioteca y de la colección.	Formación de usuarios.
Orientación	Asesoran al usuario en elección de una obra o una fuente de información	Las actividades llevadas a cabo por la biblioteca para recomendar o dar a conocer documentos

### BIBLIOGRAFÍA

- ¿De qué hablamos cuando hablamos de información?. 1991. Infolac 4 (1): 3-5.
- CARRIÓN, JUAN. **Diferencia entre dato, informació y conocimiento.** En: [http://www.gestiondelconocimiento.com/conceptos\\_diferenciaentredato.htm](http://www.gestiondelconocimiento.com/conceptos_diferenciaentredato.htm)
- LARA, JOSÉ LUIS. 2000. **Diez respuestas más frecuentes sobre gestión del conocimiento** En: <http://www.gestiondelconocimiento.com/documentos2/jllara/respues.htm>
- ORTEGA BILBAO, MARTÍN. 2001. **Conocimiento y cliente, evolución vs. Revolución.** En: <http://www.gestiondelconocimiento.com/documentos2/docs/upv/mktg.htm>

Preparado por María Eliana Jirón R.

Santiago, Agosto de 2001